INDÚSTRIA DE BASE
José Velloso, presidente da Abimaq: "Sem investimentos, o Brasil está ficando para trás em produtividade"

SEM QUEDA DA SELIC
Crédito cresce forte, e decisão do BC de manter taxa de juros em 10,5% ao ano não mudará essa tendência

TRATORES
Divisão de máquinas pesadas da Volvo vai injetar US$ 3 bilhões para ter 35% de sua frota eletrificada até 2030

"Teremos expansão de 30% neste ano. Crescemos forte antes da pandemia e avançamos depois dela"

DIEGO BARRETO
CEO do iFood

O apetite do iFood por resultados

Aplicativo de delivery alcança a marca de 100 milhões de entregas por mês e expande negócios para shoppings, uma fintech própria e um chatbot de pedidos via WhatsApp e Instagram. As inovações já são responsáveis por 30% das vendas da companhia, que fatura R$ 10 bi

A CORREÇÃO DE ROTA

Começaram os ajustes fiscais visando adequar o Orçamento público à realidade, muito embora emendas parlamentares a rodo continuem a ditar os rumos das verbas do governo. Para atender às pressões, o corte ocorre na carne. Mais especificamente, dentro dos Ministérios. Mesmo os estratégicos, como o da Saúde, vão sofrer com o encolhimento de dinheiro. No caso específico desta Pasta, ela virou alvo de um congelamento de gastos — mesma medida que vai atingir recursos destinados ao Plano de Aceleração do Crescimento (PAC). Nada menos que R$ 15 bilhões em despesas operacionais estão sendo travados. O valor foi definido pelo ministro da Fazenda, Fernando Haddad, e endossado pelo presidente Lula. Do total, cerca de R$ 4,4 bilhões referem-se a contenções na pasta da Saúde, ou o equivalente a 9,41% da dotação para as chamadas despesas discricionárias.

O bloqueio nos valores do PAC reabre uma disputa especialmente entre Haddad e seu colega ministerial Rui Costa, da Casa Civil. Costa coordena o plano, e a tesourada tira dele não apenas poder econômico como também capacidade de interlocução política. Haddad e Costa já exibiram diferenças claras nas discussões sobre regulamentação das apostas on-line, subsídios e sucessão na Petrobras. Costa levou a melhor na estatal do petróleo, colocando na presidência da companhia o nome que desejava. Também com relação à regulamentação das apostas e aos subsídios, logrou êxito. Nos corredores do Planalto muitos apontam que Haddad agora resolveu dar o troco, concentrando a facada de dinheiro no programa xodó de Costa. De um jeito ou de outro, como carro-chefe dos investimentos, o PAC desce a segundo plano nas prioridades oficiais. Dentro dos Ministérios verifica-se um corre-corre para gastar rapidamente cerca de R$ 8,8 bilhões já liberados e não utilizados. É que a Fazenda também cresceu o olho sobre o chamado empoçamento de recursos destinados a cada Pasta. Ocorreu nos últimos dias, na prática, uma corrida anormal para "salvar" parte das verbas. Ministros tentaram fazer pouco caso da movimentação. Alegaram tratar-se de "andamento habitual e já contratado de ações". Mas o empenho foi definitivamente recorde. Só o Ministério dos Transportes liberou R$ 2,4 bilhões em uma única semana desde que Haddad manifestou a intenção de retomar o dinheiro não usado. O bloqueio e o contingenciamento daqui por diante só podem ser desfeitos se o Executivo voltar a ficar em dia com as contas, sem ameaças à meta. Enquanto isso, a arrecadação apresenta sinais de queda constante.

Para 2025, Lula terá espaço extra de mais de R$ 138 bilhões no Orçamento para despesas do Poder Executivo, embora tenha ainda de acomodar destinações das políticas sociais não previstas. Existe, por exemplo, uma expansão considerável dos chamados benefícios obrigatórios, bem como o aumento projetado para o salário mínimo que deve trazer um peso extra da ordem de R$ 35,3 bilhões. A correção de outros benefícios além do piso também sairá pela bagatela de R$ 19,5 bilhões, segundo cálculos do Tesouro Nacional. Na prática, qualquer aceno oficial para agradar setores, mesmo os de natureza populista, está pesando demasiadamente no valor geral, e é necessária uma sintonia fina para ajuste de rota, sob pena de comprometer irreversivelmente o objetivo de um superávit, como prometido desde o início da gestão.

Carlos José Marques
Diretor editorial

Índice

CAPA

Diego Barreto, CEO do iFood, comanda a transformação do app em ecossistema com a fintech iFood Pago, o chatbot Anota Aí e pedidos em lojas de shopping. Companhia mantém a base de restaurantes e de entregadores, com expectativa de aumentar as vendas em 30% **pág. 34**

ENTREVISTA

Os avanços tecnológicos ainda não bastam, e **José Velloso,** da Abimaq, explica que se não houver fomento a indústria nunca será competitiva **pág. 12**

NEGÓCIOS

Luiz Marcelo Daniel, presidente da Volvo CE, vai liderar plano da fabricante de ter 35% das máquinas menos poluentes até 2030 **pág. 36**

ESTILO

Olhar o mercado de luxo pela internet está na moda, e as marcas que negam isso perdem, afirma a diretora da Infracommerce, **Helena Costa** **pág. 44**

SEMANA

Em sinuca de bico, Lula precisará abrir mão de algo na saga diplomática com a Venezuela
pág. 06

MOEDA FORTE

Instituto McDonald vai superar neste ano a arrecadação de R$ 26,6 milhões de 2023
pág. 08

SUSTENTABILIDADE

JBS destina resíduo animal para produzir Combustível Sustentável de Aviação
pág. 16

DINHEIRO EM BITS

ChatGPT atinge 1 milhão de usuários em cinco dias e bate recorde de relevância e penetração
pág. 52

COBIÇA

Novo Porsche Cayenne Turbo E-Hybrid completa o menu de luxo e velocidade da montadora
pág. 58

ARTIGO

Fed mostra como é possível aliar cautela e assertividade na inflação — Por Vitoria Saddi
pág. 66

CAPA Foto: Gladstone Campos

ELEIÇÕES NA VENEZUELA

LULA PISA EM OVOS DIPLOMÁTICOS

O presidente do Brasil corre um sério risco de entrar em uma saia justa impossível de sair no âmbito diplomático com a crise política que se aprofunda na Venezuela. Dependendo de como se comportar com relação às acusações de manipulação das eleições pelo regime de Nicolás Maduro, Lula pode melar suas pretensões de liderança na América Latina e influência como potência emergente do chamado Sul Global. Por um lado, a diplomacia brasileira quer manter a cautela e evitar julgamentos precipitados sobre uma possível fraude nas eleições venezuelanas, como acusa a oposição. O objetivo dessa estratégia

TELECOM

Internet (talvez) mais rápida

A Anatel anunciou na terça-feira (30) uma daquelas notícias que carregam em si uma parte boa ou ruim. Primeiro, vamos à boa. A Agência vai liberar a ativação do sinal de internet 5G para mais 506 municípios somando 197 milhões de pessoas. Ao todo são 19 estados, entre eles Rio de Janeiro, Tocantins, Amapá, Santa Catarina e Rio Grande do Sul são alguns dos contemplados. A medida ocorrerá a partir de 5 de agosto, quando as operadoras que possuem lotes na faixa de 3,5 GHz poderão solicitar o licenciamento e a ativação do sinal. A notícia ruim é que, na prática, a liberação das faixas não garante que as redes serão instaladas automaticamente nos municípios. O funcionamento do serviço depende do planejamento individual de cada operadora.

MUNDO

PIB na zona do euro tem leve reação

A economia da zona do euro cresceu 0,3% no segundo trimestre, um pouco mais do que o esperado nos três meses até junho, segundo a Eurostat. Apesar do número, o indicativo ainda é ter atenção, já que o cenário global continua incerto. Na análise por país, as duas maiores economias da Europa tiveram desempenhos diferentes no segundo trimestre de 2024. O PIB alemão encolheu inesperadamente no período, depois de ter contornado uma recessão no início do ano, enquanto a atividade econômica francesa cresceu um pouco mais rápido do que o esperado.

JOGOS OLÍMPICOS

Paris, a cidade econômica

Por trás do que deve ser a edição mais econômica dos Jogos Olímpicos nos últimos tempos, aportes privados e públicos somam uma projeção de 9 bilhões de euros (R$ 54,7 bilhões). Comitê Olímpico Internacional (COI), patrocínios, bilheteria, licenciamento e o governo francês contribuem para o bolo. O valor projetado é 34% menor que o da última edição, em Tóquio, quando os setores público e

FOTOS: MARCELO CAMARGO | FREEPIK | DIVULGAÇÃO

é preservar a posição do Brasil como um potencial mediador no conflito entre Maduro e seus rivais. Por outro,o aumento exponencial das suspeitas de manipulação eleitoral e o agravamento dos protestos na Venezuela vão criar uma pressão ainda maior para que Brasília seja vocal no repúdio. Lula até tentou apaziguar, conversou com o presidente dos Estados Unidos, Joe Biden, garantiu que só reconhecerá a vitória se vir as atas eleitorais. Mas ainda parece pouco aos que esperam um posicionamento claro de um líder que dias antes chamou os atos de 8 de janeiro no Brasil de tentativa de golpe. Boa parte das nações democráticas já se posicionou contra o regime de Maduro e o considera autocrata, como os governos da Rússia, Cuba e Nicarágua. Posicionar-se contra Maduro, neste momento, é assumir o protagonismo no tabuleiro político internacional que Lula parece ambicionar nesta terceira gestão. Então, qual o motivo de não condenar algo condenável? Bem, aí entra a pedra no sapato de Lula: as amarras do PT, que empurra um fair play inexplicável para diminuir erros quando são feitos por entes dentro do espectro da esquerda. Nessa sinuca de bico, Lula precisa abrir mão de algo, e perder peças é natural no tabuleiro do xadrez político – e disso Lula sabe bem.

privado investiram quase US$ 15 bilhões (R$ 83 bilhões) – em valores corrigidos pela inflação. Previsto para 2020, o evento no Japão foi realizado em 2021 em razão da pandemia de Covid-19. O orçamento do Comitê Organizador dos Jogos de 2024 é financiado na maior parte pela iniciativa privada.

MERCADO DE TRABALHO

Vagas? Temos!

O Brasil criou 201.705 postos de trabalho com carteira assinada em junho, segundo dados publicados nesta terça-feira (30) pelo Caged (Cadastro Geral de Empregados e Desempregado), do Ministério do Trabalho e Emprego. O resultado marca o sexto mês consecutivo com mais contratações do que demissões e faz o mercado de trabalho fechar o primeiro semestre com 1,3 milhão de novas vagas formais. No mesmo período do ano passado, o saldo de contratações com carteira assinada ficou positivo em 1,03 milhão de postos, com 155.695 admissões em junho. A criação de postos formais em junho foi superior apenas aos resultados de janeiro e maio. O melhor desempenho, até o momento, foi contabilizado em fevereiro, quando houve mais de 300 mil admissões formais a mais em relação aos desligamentos.

FUNDADOR: DOMINGO ALZUGARAY (1932 - 2017)
EDITORA CATIA ALZUGARAY
PRESIDENTE-EXECUTIVO CACO ALZUGARAY

DIRETOR EDITORIAL CARLOS JOSÉ MARQUES

DIRETOR DE NÚCLEO MARCOS STRECKER

REDATOR-CHEFE HUGO CILO

EDITORES: Alexandre Inacio, Beto Silva e Paula Cristina
REPORTAGEM: Aline Almeida, Allan Ravagnani, Jaqueline Mendes e Letícia Franco

ARTE
DIRETOR DE ARTE: Jefferson Barbato
DESIGNERS: Christiane Pinho e Iara Spina
ILUSTRAÇÃO: Fabio X
PROJETO GRÁFICO: Ricardo van Steen (colaborou Bruno Pugens)

ISTOÉ DINHEIRO ON-LINE
EDITOR EXECUTIVO: Airton Seligman
WEB DESIGNER: Alinne Nascimento Souza

APOIO ADMINISTRATIVO
Gerente: Maria Amélia Scarcello
Assistente: Cláudio Monteiro

MERCADO LEITOR E LOGÍSTICA
Diretor: Edgardo A. Zabala

Central de Atendimento ao Assinante: (11) 3618-4566 de 2ª a 6ª feira 10h às 16h20, sábado 9h às 15h.
Outras Capitais: 4002-7334
Outras Localidades: 0800-888-2111 (exceto ligações de celulares)
Assine: www.assine3.com.br
Exemplar avulso: www.shopping3.com.br

PUBLICIDADE - Contato: publicidade1@editora3.com.br

Diretora de Publicidade: Débora Liotti - deboraliotti@editora3.com.br; Gerente de Publicidade: Fernando Siqueira - Publicidade1@editora3.com.br; Secretária da diretoria de publicidade: Regina Oliveira - reginaoliveira@editora3.com.br; Diretor de Arte: Pedro Roberto de Oliveira - Contato: publicidade@editora3.com.br

ARACAJU – SE: Pedro Amarante · Gabinete de Mídia · Tel.: (79) 3246-4139 / 99978-8962 – BELÉM – PA: Glícia Diocesano · Dandara Representações · Tel.: (91) 3242-3367 / 98125-2751 – BELO HORIZONTE – MG: Célia Maria de Oliveira · 1a Página Publicidade Ltda. · Tel./fax: (31) 3291-6751 / 99983-1783 –FORTALEZA – CE: Leonardo Holanda – Nordeste MKT Empresarial – Tel.: (85) 98832-2367 / 3038-2038 – GOIÂNIA –GO: Paula Centini de Faria – Centini Comunicação – Tel. (62) 3624-5570/ (62) 99221-5575 – PORTO ALEGRE – RS: Roberto Gianoni, Lucas Pontes · RR Gianoni Comércio & Representações Ltda · Tel./fax: (51) 3388-7712/ 99309-1626

Dinheiro (ISSN 1414-7645) é uma publicação semanal da Três Editorial Ltda.
Redação e administração: Rua William Speers, nº 1.088, São Paulo-SP, CEP: 05067-900. Tel.: 11 3618 4200 ·
Dinheiro não se responsabiliza por conceitos emitidos nos artigos assinados.
Comercialização e Distribuição: Três Comércio de Publicações Ltda. Rua William Speers, 1212 – São Paulo-SP.
Impressão e acabamento: D'ARTHY Editora e Gráfica Ltda. Rua Osasco, 1086 - Guaturinho, CEP 07750-000 Cajamar - SP

POR HUGO CILO

INSTITUTO MCDONALD RENOVA RECORDES

Uma das mais importantes entidades assistenciais do País, o Instituto Ronald McDonald deve alcançar neste ano seu melhor resultado da história em arrecadação, segundo a diretora-executiva Bianca Provedel. Os recursos com o McDia Feliz, principal evento comunitário do McDonald's, que direciona a renda líquida dos sanduíches Big Mac para instituições de combate ao câncer infanto-juvenil, vão superar os R$ 26,6 milhões de 2023. Realizado desde 1988, a edição deste ano será em 24 de agosto. "Esse ano será muito maior. É sempre um período de emoção e muita expectativa para a nossa causa. A campanha do McDia Feliz é fundamental para transformar vidas", afirmou Provedel. "No ano passado, alcançamos um recorde de arrecadação, destinando mais de R$ 20 milhões para a saúde de crianças e jovens em tratamento oncológico no Brasil. Este ano, a nossa meta é superar esse valor para proporcionar ainda mais suporte", disse a executiva. O Instituto Ronald McDonald está apoiando 80 projetos de 49 instituições dedicadas ao combate ao câncer neste ano, o que representa um esforço coletivo impressionante. "Além disso, em resposta aos desafios recentes, decidimos destinar R$ 1,00 de cada Big Mac vendido no McDia Feliz para apoiar projetos específicos no Rio Grande do Sul." Até hoje, já foram distribuídos em doações R$ 403,4 milhões.

BRADESCO SEGUROS VAI DE MOTO

Uma das maiores seguradoras do País, a Bradesco Seguros aposta em um novo segmento para crescer: o Bradesco Seguro Moto. O novo seguro cobre motos nacionais ou importadas, de uso particular a partir de 300 cilindradas, com até seis anos de idade, e valores até R$ 200 mil. "Esta novidade reforça o nosso compromisso em fornecer soluções completas e flexíveis para seus clientes", disse **Eduardo Menezes**, superintendente executivo de Auto da seguradora. "Estamos ampliando nossa carteira de seguros e, ao mesmo tempo, reafirmando nosso compromisso em oferecer produtos cada vez mais customizados e inovadores para os nossos clientes", afirmou. Segundo dados da Abraciclo, associação de montadoras, a produção de motos no País cresceu 13,5% no primeiro semestre do ano. Este é o melhor desempenho desde 2012.

OLIMPÍADA DOS PATROCÍNIOS

OS JOGOS OLÍMPICOS DE PARIS JÁ ENTRARAM PARA A HISTÓRIA COMO A EDIÇÃO QUE MAIS MOVIMENTOU CIFRAS, MARCAS E APOIO DE EMPRESAS A ATLETAS

Fontes: COI/COB/SDA Holding

FOTOS: CLAUDIO GATTI | DIVULGAÇÃO

NÃO É TREINO. **É EXPANSÃO ACELERADA**

Com mais de 40 unidades em 12 Estados, o Grupo Ultra Academias inaugurou no segundo semestre suas primeiras operações no Nordeste, em Vitória da Conquista (BA) e Natal (RN). A rede já possui mais de 100 contratos assinados, com previsão de chegar a 150 contratos e 60 unidades em operação até o fim do ano. Os investimentos devem chegar a R$ 260 milhões. "Nosso diferencial é permitir ao franqueado incrementar sua academia conforme o gosto do cliente", afirmou o sócio e CEO **Marcel Gandra**. A empresa detém cinco marcas de academias e estúdios: Ultra Academia, Spider Kick, BYD, Ride State e The Flame.

AREZZO&CO **APOSTA NOS INFLUENCERS**

A Arezzo&Co, maior house of brands de moda do Brasil, criou o primeiro programa de influência focado no varejo, voltado a gerentes e vendedores. O "Influencerszz" vai capacitar com técnicas, estratégias, equipamento e certificado, para que as consumidoras *phygitais* tenham uma experiência de compra mais completa. Com foco em marcas como Arezzo, Schutz e Anacapri, a companhia estruturou uma trilha de treinamentos. "Os profissionais de vendas são essenciais para o nosso negócio e exercem um papel importante despertando desejo e conectando o DNA das nossas marcas aos nossos clientes", disse **Flávia Vagen**, diretora de RI, Franchising e T&D.

ALIBRA PÕE **FERMENTO NA RECEITA**

Uma das principais marcas brasileiras do setor de alimentos, a Alibra Ingredientes projeta chegar à marca de R$ 600 milhões de faturamento neste ano, crescimento de quase 70% sobre 2023. Segundo CEO, **Luiz Gonzatti**, a empresa tem fermentado seus negócios em praticamente todos os segmentos, que vão desde alimentos refrigerados e congelados, como pizzas, empanados e lasanhas, até laticínios, nutrição esportiva e alimentos plant based. "Somos especialistas em transformar componentes do leite e de outras matérias-primas em ingredientes de alto valor e funcionalidade para a indústria alimentícia", disse Gonzatti.

14
multinacionais são patrocinadores oficiais do Comitê Olímpico Internacional *(COI)*

34
grandes empresas, no total, são parceiras da organização do evento

AIRBNB	INTEL
ALIBABA	OMEGA
ALLIANZ	P&G
ATOS	PANASONIC
BRIDGESTONE	SAMSUNG
COCA-COLA	TOYOTA
DELOITTE	VISA

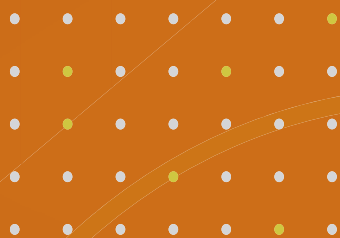
20
empresas são patrocinadoras do Comitê Olímpico Brasileiro *(COB)*

ÁGUIA BRANCA	HEMMER	SENIOR NEW ON
AJINOMOTO	MAX RECOVERY	RIACHUELO
ALIANÇA FRANCESA	MEDLEY	SMARTFIT
AZUL	MORMAII	SUBWAY
ESTÁCIO	NSPORTS	VIVO
GRUPO ÁGUIA	PEAK	VOKE
HAVAIANAS	PREVENT	XP INVESTIMENTOS

54%
é o aumento na comparação com as Olimpíadas de Tóquio em 2020

R$ 105,5 MILHÕES
é o faturamento da organização brasileira neste ano

Chegou a nova edição da **IstoÉ**

Uma revista semanal com jornalismo de qualidade, com opiniões plurais para leitores independentes.

ENTREVISTA | **José Velloso**, presidente da Abimaq

“O grande problema é a falta de investimentos”

Setor de bens de capital encolhe no País, diz o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos. Para ele, o País está ficando para trás na corrida tecnológica, apesar dos avanços no agro

Allan RAVAGNANI

O setor de máquinas e equipamentos vem perdendo faturamento nos últimos anos. Os dados referentes a junho apontaram uma receita líquida mensal de R$ 23,1 bilhões, uma queda de 9,6% em relação ao mesmo mês de 2023. No acumulado de 2024, foram R$ 122,8 bilhões, queda de 16,4% na comparação com o mesmo período. Nos últimos 12 meses, o total é de R$ 267 bilhões, 14,6% abaixo dos 12 meses anteriores. Não é somente isso. Na balança comercial, as exportações estão diminuindo, enquanto as importações vêm aumentando. Os reflexos são sentidos na mão de obra. O nível de emprego nesta poderosa indústria também cai ano após ano. Para o presidente da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), José Velloso, a retração é resultado da falta de investimentos. Ele defende a política de responsabilidade fiscal do ministro da Fazenda, mas diz que o programa Nova Indústria Brasil do governo será insuficiente para a renovação tecnológica.

O mundo tem investido muito em transformação digital. Isso aumenta a competitividade e a produtividade. O Brasil fica cada vez mais atrasado

DINHEIRO — As quedas de faturamento do setor são uma questão pontual ou sistêmica?

JOSÉ VELLOSO — Infelizmente não são quedas pontuais. Tivemos uma queda de 5% no faturamento de 2022, depois mais 10% em 2023, e neste ano já temos 17% no acumulado até junho.

Quais são as principais causas?

Máquinas e Equipamentos são bens de capital. Quando você analisa a taxa de investimentos do País, divulgado junto ao PIB de cada trimestre, ela estava em cerca de 21% em 2015, antes da crise. Depois de 2015, os investimentos foram caindo. A taxa chegou a 14% do PIB em 2017. Veio se recuperando em 2018, 19, 20 e em 2021 ela bateu 19% do PIB. É uma taxa baixa, mas melhor do que os 14%. Mas, depois de 2022 voltou a cair, e hoje estamos com 16,7% do PIB em investimentos. Como 40% desse investimento é feito em bens de capital, a indústria cai junto. É uma taxa muito baixa. O Brasil tinha que investir de 23% a 25% do PIB. E a tendência é que caia mais ainda.

O baixo investimento é o problema então?

O grande problema hoje é a falta de investimentos no País. Com a falta de venda de máquinas e de renovação do parque industrial, a indústria do Brasil vai ficando atrasada. Quem compra máquina hoje é a agricultura. Mesmo assim, há um enorme déficit na capacidade de armazenamento de grãos. Infraestrutura, logística e serviços vão acabar ficando para trás e perdendo competitividade. O mesmo ocorrerá na geração e na transmissão de energia, nos transportes, nas ferrovias e no saneamento. Tudo isso é reflexo do atraso de investimentos no Brasil.

A falta de investimentos também reflete no crescimento...

Existe uma máxima, que é a pura verdade: "O crescimento de amanhã depende do investimento hoje". Não tem crescimento sem investimento. Se o País crescer um pouco mais, isso causa uma pressão inflacionária. O avanço tecnológico hoje é muito grande, não se pode ficar para trás.

E a indústria 4.0?

O mundo tem investido muito em transformação digital, principalmente os países mais avançados. Isso aumenta a competitividade e a produtividade. O Brasil vai ficando cada vez mais atrasado. Na última década, segue a queda de investimentos, e não existe perspectiva para investimentos em 25/24. Assim, o Brasil vai se distanciando dos outros, de países com indústria, agricultura. Isso é um legado que vai sendo deixado de perda de competitividade em vários produtos.

Isso atinge principalmente os de maior valor agregado?

Sim, mas mesmo na agricultura, onde temos uma grande vantagem, assim como na exploração mineral, estão havendo muitas perdas. As outras indústrias já percebem a queda de participação no PIB dada a baixa produtividade. Principalmente as de alta e média tecnologia, como a indústria de transformação, eletroeletrônicos, indústria automotiva e telecom, entre outras.

Esses problemas se somam?

São dois vetores empurrando para o mesmo lado. A perda de participação da indústria no PIB e a perda da infraestrutura de alta tecnologia na indústria. É uma realidade difícil.

O que o senhor achou do Nova Indústria Brasil (NIB), programa do governo que vai disponibilizar até R$ 300 bilhões em financiamentos para a indústria?

É importante ter um programa, mas desses R$ 300 bilhões alocados para a política industrial, mais de R$ 200 bilhões são das linhas normais do BNDES que já existiam, independentemente da política. Elas já estavam lá, da TLP (taxa de longo prazo), que é financiada pelo FAT. Então, olhando friamente, o maior responsável pela falta de investimento é o custo elevado do crédito no Brasil. Em média, o investimento custa de 18% a 20% em juros, e a atividade produtiva não dá retorno suficiente para pagar essa taxa de juros. Quando se olha o incentivo pelo governo via NIB, são R$ 100 bilhões em quatro anos, e grande parte é para inovação tecnológica. O mundo inteiro subvenciona pesquisa e inovação, muitas vezes as linhas são a fundo perdido, em vários países. Aqui é uma parcela muito pequena que tem uma taxa de juros em torno de 4% a 8%. Isso sim é subsídio, mas é pouco. Do total do NIB, R$ 200 bilhões são a custo de mercado e R$ 100 bilhões, em subvenção de verdade. Aí você entende o atraso tecnológico, baixo grau de automação na indústria e nos serviços.

O Arcabouço Fiscal restringe os investimentos?
O País precisa investir. Nós estamos apoiando o governo nessas ações, mas temos um pequeno espaço fiscal, e o governo está agindo com responsabilidade. A gente vê o esforço do ministro [da Fazenda] Fernando Haddad atrás do equilíbrio. O que precisa é cortar despesas, ter uma política fiscal rigorosa, para ter espaço para uma política industrial mais efetiva.

A alta do dólar prejudica a indústria?
O problema do dólar não é ser alto ou baixo, é a volatilidade. Quando há volatilidade, aumenta a insegurança dos empresários. Eles precisam de previsibilidade para importar as matérias-primas, os componentes. Nenhum país é autossuficiente em componentes. Quando o empresário não sabe o custo do produto ele não sabe ao certo o custo de produção. Quando vai exportar, não sabe qual preço praticar, porque se errar no câmbio pode ter um prejuízo muito grande.

Qual é o impacto dos juros em 10,50% ao ano?
Os juros, desde que eu nasci, já eram altos. Tenho 60 anos, há uma predominância da política monetária, isso é um problema. A CNI divulgou recentemente um estudo que aponta o seguinte: se eu tivesse pegado R$ 100 no primeiro dia do Plano Real, e reajustasse pela inflação, hoje teria R$ 800. Mas se tivesse corrigido esses R$ 100 pela Selic, teria R$ 8.000. Quem investiu no mercado financeiro desde o Real teve um lucro muito grande, e nenhuma atividade produtiva dá um lucro tão grande quanto o título público. Em 2023, o CDI teve retorno de três vezes a inflação. Nenhuma atividade produtiva dá isso. A remuneração pelo CDI – sem nenhum risco de default – tem um retorno muito grande. Então para que correr risco no setor produtivo se eu tenho um retorno desse? É esse o maior concorrente do setor de máquinas e de quem quer investir. O Brasil tem taxas de juros que inibem o investimento. O capital de giro está custando de 30% a 40% ao ano.

E o mercado de capitais, debêntures?
Os setores que vão ao mercado de capitais conseguem taxas melhores, mas mesmo assim elas ainda são muito altas. Se você ligar para o seu banco, ele vai te oferecer debêntures incentivadas das principais empresas de saneamento, de energia, infraestrutura, além das LCA, LCI, CRA, que hoje estão rendendo IPCA+6%, IPCA+7%. Mesmo as empresas que vão se capitalizar no mercado ainda pagam muito caro. Nenhum lugar do mundo se investe sem se alavancar no mercado financeiro. A Abimaq tem uma estatística apontando que hoje somente 20% das máquinas são compradas com financiamento de longo prazo. As outras 80% são adquiridas com capital próprio. Isso inibe o investimento, o empreendedorismo e a alavancagem da economia. Por isso temos uma competitividade e produtividade baixa.

Máquinas agrícolas empregam tecnologias de ponta. Muitos fabricantes desenvolvem a tecnologia no Brasil e levam para outros países

Fala-se muito na baixa produtividade do trabalhador brasileiro. Como reverter isso?
São três os grandes fatores que afetam a produtividade do trabalhador. O primeiro é a questão técnica, ou seja, estudos e educação, que carecem de investimentos. O segundo fator são os investimentos nas máquinas que o trabalhador opera, é a produtividade dos bens de capital. E o terceiro item é a soma total dos fatores e o ambiente macroeconômico do País. No Brasil, o investimento por trabalhador é de US$ 50 mil no ano. Nos EUA, é de US$ 300 mil. Há 30 anos, o trabalhador brasileiro tinha um nível de produtividade de 50% do americano. Hoje em dia, é de 25%. Dessa forma a economia nunca vai crescer de forma robusta. Serão sempre esses voos de galinha e crescimentos de 1%, 2% ao ano. Desde o Plano Real, o País cresce uma média de 1% ao ano. É muito pouco.

Qual setor de máquinas brasileiro se destaque mais no mundo?
Máquinas agrícolas, por óbvio. Empregam tecnologias de ponta, por conta das inovações do campo, do plantio direto e da agricultura de precisão. A Abimaq participa da Agrishow. Lá, havia 12 estandes de drones para pulverização. Hoje, na área de irrigação, armazenagem, plantio e colheita existem equipamentos extremamente sofisticados e de alta tecnologia na agricultura de precisão. Muitos fabricantes de máquinas agrícolas desenvolvem a tecnologia no Brasil e depois levam para outros países. Outra máquina que o Brasil exporta muito é a da linha amarela, para obras e mineração.

Como o setor vê a regulamentação da Reforma Tributária, que está em tramitação no Congresso?
Faço duas comparações. A primeira é como está o projeto atual em relação ao projeto inicial apresentado pelo deputado Baleia Rossi. Piorou muito. Existia a expectativa de se ter o melhor sistema tributário do mundo, mas entraram as negociações políticas, setores com muito lobby no Congresso que deformaram a proposta inicial.

E em relação ao sistema atual?
É um avanço extraordinário! A indústria vai ter um ganho enorme. Em dez anos o PIB pode avançar 20% só por causa da reforma. A carga tributária vai cair de 44% para 26,5%, vai desonerar investimentos e exportação. Haverá menor custo de conformidade, menos risco tributário, o contencioso jurídico vai diminuir. É um avanço espetacular.

POR ALEXANDRE INACIO

BMW avança na Fabricação de baterias

O Grupo BMW está expandindo sua rede de produção de baterias de alta voltagem para dar suporte à nova geração de veículos que sairá em breve de suas linhas de montagem. "Estamos estabelecendo cinco novas fábricas em três continentes para produzir nossas baterias de alta voltagem de sexta geração", explicou Milan Nedeljkovi , membro do Conselho de Produção da BMW AG. A ideia é que as fábricas das baterias sigam o conceito "*local for local*". A empresa quer criar uma conexão muito próxima entre o pátio onde as baterias são feitas e a fabricação dos próprios veículos. As instalações estão sendo construídas em Irlbach-Strasskirchen, na Baixa Baviera; Debrecen, na Hungria; Woodruff, próximo à fábrica Spartanburg nos Estados Unidos; Shenyang, na China e em San Luis Potosí, no México. O Neue Klasse, conceito apresentado no início do ano e que possivelmente substituirá a iX3, será o primeiro a receber a nova geração de baterias da empresa. Os primeiros veículos da linha Neue Klasse serão produzidos na nova fábrica do BMW Group a partir de 2025, em Debrecen. Já as baterias serão fabricadas em paralelo, na fábrica de Irlbach-Stra⅓kirchen, na Baixa Baviera. A planta começou a ser construída em junho e deverá estar com as obras civis concluídas até o fim do ano. Na China, o novo modelo com as novas baterias começam a ser produzidas a partir de 2026, mesmo ano para quando é esperada o início da fabricação nos Estados Unidos. Já no México, a expectativa é 2027.

MODA

COLEÇÃO C**OM IMPACTO SOCIAL**

A gaúcha Renner lançou uma coleção específica para ajudar as vítimas das enchentes do Rio Grande do Sul. Em parceria com as catarinenses N8 Têxtil e Cotton Star Industrial e a paranaense Itália Milano, a varejista espera levantar R$ 400 mil para destinar às mulheres em situação de maior vulnerabilidade social após a tragédia climática. Os fornecedores produziram as peças sem repassar o custo. Já a Renner vai abrir mão do lucro e destinar 100% da receita gerada com venda dos itens - camisetas, bonés, meias e ecobags - com o selo Todos Unidos pelo RS. Para alavancar a campanha, o Instituto Lojas Renner dobrará o valor arrecadado com as vendas. "É uma forma de permitir que diferentes elos da cadeia e os próprios clientes se envolvam nessa corrente de solidariedade", disse o presidente, Fabio Facci.

 | FOTOS: DIVULGAÇÃO

OCEANO

FÓRMULA AMIGA DAS ÁGUAS

O Grupo Boticário acaba de colocar no mercado uma nova linha de produtos com a promessa de reduzir o impacto que enxaguáveis - como shampoos, condicionadores e sabonetes - causam nos ecossistemas aquáticos. Com o selo "Fórmula Amiga das Águas", a empresa está disponibilizando nas prateleiras dois produtos da linha "Cuide-se Bem Bob Esponja", validados pelo Índice de Avaliação de Risco Ambiental, indicador desenvolvido pelo próprio grupo. A metodologia envolve parametrizar dados de segurança ambiental de ingredientes, como bioacumulação, biodegradação e toxicidade aquática, usando uma matriz de risco para atribuir uma nota. Esse processo ajuda a identificar ingredientes que precisam ser substituídos ou ter sua concentração reduzida para minimizar danos ao sistema aquático.

COMBUSTÍVEL

DO FRIGORÍFICO PARA OS AVIÕES

A maior produtora de proteínas animais do mundo está aumentando sua presença no mercado de biocombustíveis. Depois de fabricar biodiesel no Brasil, a JBS está usando resíduos de suas unidades dos EUA, Canadá e Austrália para produzir o Combustível Sustentável de Aviação (SAF). Até agora, 1,2 milhão de toneladas de sebo bovino e banha de porco foram encaminhados para fabricação do combustível que será usado pelas aeronaves. "A aviação foi historicamente desafiada na descarbonização. Ao reaproveitar resíduos animais, contribuímos para o meio ambiente e ajudamos este setor crítico nesse processo", disse Jason Weller, chefe de sustentabilidade da JBS.

CONTEÚDO

MUDANÇA CLIMÁTICA NA GESTÃO PÚBLICA

O Columbia Global Center Rio de Janeiro, um dos 11 centros de pesquisa que representam a Universidade de Columbia em questões climáticas no mundo, e a Comunitas lançaram dois estudos sobre descarbonização energética no Brasil. Os documentos analisam as origens e impactos das mudanças climáticas, as diversas fontes de energia disponíveis e as tecnologias para redução de emissões disponíveis, inspirados no curso "Mudança Climática e Energia", da Comunitas. "As obras visam fortalecer a capacidade do setor público em lidar com essa questão [mudanças climáticas], promovendo a construção de um futuro mais verde e sustentável para todos, disse Dayane Reis, diretora de comunicação, conhecimento e inovação da Comunitas.

PARA ALÉM DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, A INTELIGÊNCIA EXISTENCIAL

DANTE GALLIAN
É DOUTOR EM HISTÓRIA PELA USP, COORDENADOR DO LABORATÓRIO DE LEITURA DA ESCOLA PAULISTA DE MEDICINA E AUTOR DE *"RESPONSABILIDADE HUMANÍSTICA — UMA PROPOSTA PARA A AGENDA ESG"* (POLIGRAFIA EDITORA)

Ando um tanto assustado e, confesso, não menos irritado, diante das análises e previsões proféticas anunciadas por "gurus" do mundo dos negócios em relação à chegada da Inteligência Artificial no âmbito das empresas e do trabalho. Todos nos alertam que se não aprendermos e incorporarmos rapidamente essa nova tecnologia, ficaremos para trás, transformando-nos em dinossauros. É indiscutível que, tal como outras tecnologias no passado, não se poderá conceber nossa dinâmica de trabalho em um futuro próximo sem essa ferramenta. Experiências já têm demonstrado o quão útil e eficaz pode ser a introdução da IA nos processos de caráter mais técnico e burocrático, substituindo, por exemplo, a mão de obra humana em tarefas inócuas e repetitivas ou mesmo naquelas que exigiam dispêndio de tempo e recursos.

Evito aqui deter-me no tema polêmico dos efeitos sociais e econômicos que a substituição do elemento humano pelo tecnológico irá significar, afinal, esta é uma problemática que se apresenta na ordem do dia pelo menos desde a primeira revolução industrial. O nó da questão aqui, me parece, encontra-se em outro nível e diz respeito ao sentido e significado mesmo do trabalho enquanto atividade humana e meio ou caminho para o desenvolvimento da nossa personalidade.

Um dos pontos mais interessantes relacionados à introdução da IA no contexto do trabalho é, talvez, o questionamento do por que trabalhamos. Ora, se a IA pode fazer com muito mais rapidez, perfeição e eficácia aquilo que vínhamos e estamos fazendo para justificar nosso salário, por que então continuar realizando aquilo que, em geral, mais do que nos realizar, nos aborrece e, em muitos casos, inclusive, nos adoece?

A Inteligência Artificial nos libertará, propalam alguns desses profetas das novas tecnologias. Talvez. Mas nos libertará de quê e para quê? Para que possamos nos dedicar a tarefas mais criativas, prazerosas, coisas que, enfim, a IA não pode ainda fazer. "Ainda" é uma palavra bastante problemática num contexto em que a evolução tecnológica progride de forma quase vertiginosa, não é mesmo? E, como sabemos, a IA não tem mostrado talento apenas para tarefas técnicas e repetitivas. Não temos assistido, numa mescla de espanto e preocupação, como a IA tem se dedicado, com muita competência aliás, a produzir artes visuais e roteiros de filmes? Ora, se isso avança nessa direção, não só nos livraremos das tarefas chatas e repetitivas, mas também, em breve, estaremos "livres" de toda atividade criativa, de tudo aquilo que nos caracteriza como humanos, restando-nos apenas assistir à IA não só trabalhar por nós, como também criar e inventar em nosso lugar. Problematizar a IA vai muito além dos efeitos econômicos, sociais e até éticos que estão em jogo; problematizá-la no contexto atual nos leva a um questionamento existencial, que nos coloca diante do dilema sobre o que nos realiza, sobre o que nos torna humanos. Antes de corrermos atrás da atualização para não perdermos o bonde da história, é preciso que nos questionemos para onde vai esse bonde e para onde nós queremos ir.

> **"Problematizar a IA vai muito além dos efeitos econômicos, sociais e até éticos que estão em jogo. Problematizá-la nos leva a um questionamento existencial, que nos coloca diante do dilema sobre o que nos realiza, o que nos torna humanos"**

Que me desculpem os profetas e gurus da Inteligência Artificial, mas o que mais precisamos neste momento é desenvolver nossa Inteligência Existencial.

Clube de Revistas
TRES
AS MELHORES
DA DINHEIRO
Seja a próxima referência de mercado
Posicione sua empresa como referência no segmento destacando suas práticas, o compromisso com a sociedade e a busca contínua pela excelência. Participe do Prêmio As Melhores da Dinheiro.
Pioneiro na inclusão de questões ambientais, sociais e de governança, com uma metodologia consagrada, o Melhores da Dinheiro é o mais abrangente, criterioso e tradicional prêmio concedido pela imprensa às empresas que se destacaram em seus setores.
O resultado da 21ª edição será divulgado em um número especial da ISTOÉ Dinheiro, a principal revista semanal de Economia, Negócios e Finanças do país.
Inscreva-se até 15 de setembro de 2024
em: asmelhoresdadinheiro.com.br
ISTOÉ Dinheiro

LULA E C
NETO: A P
DE QUEM
QUE Q

 FOTOS: FABIO RODRIGUES-POZZEBOM/AG. BRASIL | PAULO PINTO/AG. BRASIL

CAMPOS POLÍTICA EM VÊ O QUER

PRESIDENTE DO BANCO CENTRAL PISA NO FREIO E SEGURA A SELIC, ENQUANTO O CHEFE DO EXECUTIVO RECLAMA DAS TAXAS; DURANTE ESSA QUEDA DE BRAÇO, O BRASIL SEGUE SE ADAPTANDO (E CONTRATANDO MAIS CRÉDITO)

Paula CRISTINA e Jaqueline MENDES

Se a sabedoria popular determina que o pior cego é aquele que não quer ver, na economia o pior cego é aquele que vê o que quer. E quando se fala de taxa de juros, a segunda afirmação se aplica nos dois lados das forças opostas que circundam a Selic. De um lado, o presidente Lula critica a taxa ainda estar em dois dígitos. De outro, Roberto Campos Neto, presidente do Banco Central, não tira o pé do freio e segura a taxa sob argumento de que os desafios que se impõem não justificam uma afrouxada no índice. E a resposta sobre quem está certo é mais sobre retórica do que sobre certeza. Ambos têm razão, e ambos estão enxergando apenas o próprio lado da narrativa. Enquanto eles discutem, a vida real continua, e o Brasil segue com sua capacidade de se adaptar. Ainda que o Comitê de Política Monetária (Copom) tenha decidido pela manutenção da Selic em 10,5% ao ano, e que Lula ainda pareça bambear na política econômica para cortar gastos e segurar a inflação, o que se vê entre pessoas físicas e jurídicas é um aumento da busca por crédito, um movimento incomum dada a atual situação da taxa básica de juros, mas explicado pela necessidade do Brasil voltar a andar.

Prova disso é que não foi exatamente uma surpresa quando o Copom tomou a decisão no dia 31 de julho, por unanimidade, de segurar a taxa. A justificativa principal para a decisão, segundo o órgão, é a cautela. "Em especial os impactos inflacionários decorrentes dos movimentos das variáveis de mercado e das expectativas de inflação, caso esses se mostrem persistentes, corroboram a necessidade de maior vigilância", informava a ata da decisão.

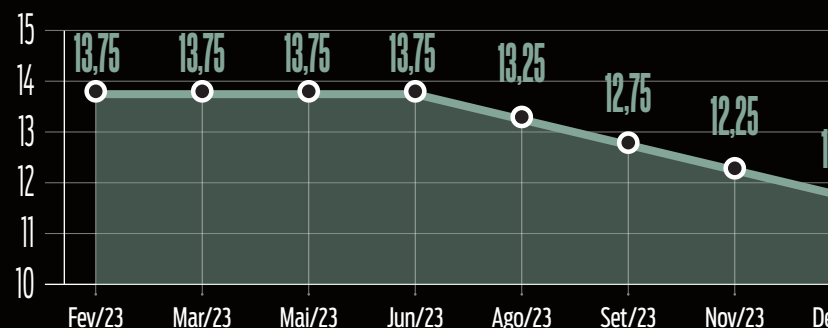
Segundo o comunicado, a conjuntura atual, caracterizada por um estágio do processo desinflacionário que tende a ser mais lento, ampliação da desancoragem das expectativas de inflação e um cenário global desafiador, exige serenidade e moderação na condução da política monetária. O colegiado voltou a ressaltar que a política monetária deve se manter contracionista por tempo suficiente em patamar que consolide não apenas o processo de desinflação como também a ancoragem das expectativas em torno da meta.

Para Júlio Sérgio Leite, economista e diretor do Banco Central entre 2003 e 2006, o relatório do Copom poderia ser mais claro sobre a possibilidade de aumento da taxa, dependendo do cenário da inflação. “Acredito que a estratégia possa ser contrair a economia durante a gestão de Campos Neto, pensando em evitar um aumento de preços durante a próxima gestão do Banco Central”, disse ele. Esse movimento, explica, acompanha também a decisão do Fed, que manteve os juros nos Estados Unidos na margem entre 5,25% e 5,50%.

Do ponto de vista da política econômica, Leite diz que o represamento da Selic pode impactar no avanço do PIB em 2024, mas que ainda assim é possível ficar na margem dos 2%. “Para Lula, o interessante é apresentar números de crescimento, então a postura dele também é entendível, mas é preciso se perguntar: o que penaliza mais uma sociedade, preços altos ou economia crescendo menos?”

PROTESTO Sindicatos entoam discurso de Lula e fazem ato em São Paulo para pressionar pela queda da Selic

CRÉDITO Mesmo com essa manutenção da Selic em dois dígitos, o ritmo de expansão do crédito ganhou força no primeiro semestre de 2024, impulsionado por uma economia mais robusta do que o esperado. Ainda que especialistas ponderem que as perspectivas para o restante do ano são mais desafiadoras, ainda há espaço para sustentação dos bons resultados obtidos até aqui. Entre os desafios, surgem as expectativas de condições financeiras mais restritivas e uma política monetária mais rigorosa, além de riscos inflacionários. O lado positivo reside na continuidade da redução do desemprego, ativação da economia nacional e novos mercados no exterior. Com isso posto, a base é a seguinte: a taxa de crescimento do saldo de operações de crédito em 12 meses subiu de 7,7% em janeiro para 9,9% em junho. Esse aumento foi observado em todas as categorias, tanto para pessoas físicas quanto jurídicas, e em operações com recursos livres ou direcionados, conforme destacou Fernando Rocha, chefe do departamento de estatísticas do Banco Central (BC).

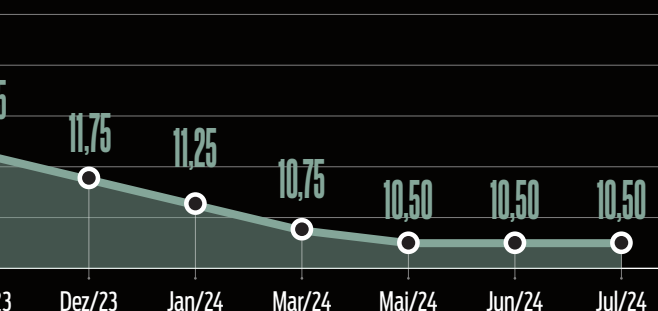
O saldo total de crédito bancário no País atingiu R$ 6 trilhões, de acordo com o BC, comparado a R$ 5,78 trilhões em janeiro. O crescimento em 12 meses foi de 13% para o crédito direcionado e 7,8% para o crédito livre. No segmento de pessoas jurídicas, o aumento foi de 7,7%, enquanto para pessoas físicas foi de 11,4%. Essa expansão ocorreu em um contexto de queda na taxa média de juros, que diminuiu 3,8 pontos percentuais nos últimos 12

FOTOS: PAULO PINTO/AG. BRASIL

meses. "A melhora no crédito observada no primeiro semestre, com aumento do volume, queda nas taxas de juros e estabilidade na inadimplência pode arrefecer, mas não há sinais de deterioração. As taxas de juros tendem a se estabilizar com elevações em algumas linhas", disse Miguel Ribeiro, diretor-executivo da Associação Nacional de Executivos (Anefac).

Contando com isso, o Banco Central revisou para cima suas projeções de expansão de crédito para este ano. O último Relatório Trimestral de Inflação (RTI) indicou que o saldo de crédito crescerá 10,8% em 2024, comparado à projeção anterior de 9,4%. Em relatório, Alberto Ramos, chefe de pesquisa macroeconômica para a América Latina do Goldman Sachs, afirmou que as condições de crédito enfrentarão desafios nos próximos meses, devido à expectativa de uma política monetária conservadora em meio a uma deterioração das expectativas de inflação, um cenário fiscal fraco e aumento dos riscos inflacionários. Por outro lado, ele destacou que o crédito de bancos públicos e o apoio à reconstrução do Rio Grande do Sul deverão sustentar o ciclo de crédito.

Segundo o economista Paulo Henrique Martins, a projeção do BC também se dá porque ainda há folga de capital nos bancos para expansão do crédito, mas ele observa que o cenário pode mudar mais em função das contas públicas e os efeitos nos juros de longo prazo que pela Selic. "Se o cenário piorar, em algum momento os bancos poderão repassar", afirmou Martins.

As taxas de juros, na visão dele, não caíram tanto quanto o esperado, mas ainda há alta procura. "Como há bastante demanda e folga de capital, os bancos têm espaço para expandir suas carteiras", disse. Prova da demanda alta é que algumas linhas de crédito tiveram crescimento destacado, como a de aquisição de veículos, cujo saldo aumentou 9,6% no ano e 18% em 12 meses, e o consignado para o INSS, que subiu 9,4% e 11,9%, respectivamente. Para pessoas jurídicas, o desconto de duplicatas e recebíveis subiu 13,8% em 12 meses, apesar da queda de 4,7% no ano. Já o capital de giro, a linha de maior volume, apresentou variações pequenas, com quedas de 0,2% no ano e 0,1% em 12 meses. No primeiro semestre, as concessões de crédito ajustadas sazonalmente aumentaram 14,1%, totalizando R$ 594,8 bilhões em junho. Os números mostram que tanto Lula quanto Neto, até podem ver a mesma coisa, mas cada um enxerga o que quer.

PRESSÃO
Em Brasília, outro ato pede por redução nos juros aplicados pelos bancos para créditos obtidos via cheque especial e rotativo do cartão

Próximas reuniões

ECONOMIA

Lula decide falar à nação

Presidente faz balanço dos primeiros 18 meses de governo, critica opositores e exalta agenda positiva, mas desliza ao não explicar contigenciamento de gastos

Paula CRISTINA

Determina a cartilha dos otimistas norte-americanos que *the third time's a charm* (algo, em tradução livre, como: na terceira vez, vai!). E a frase diz mais do que aparenta, pelo menos quando é usada para falar do terceiro mandato do governo Lula. Desviando de parte dos equívocos de suas duas gestões anteriores e com um mandato com erros e acertos, Lula usou a rede nacional de comunicação para fazer seu balanço de 18 meses de mandato. E talvez este tenha sido um erro de cálculo. Lula gastou dois minutos para exaltar a democracia e condenar a tentativa de golpe de 8 de janeiro – mas na semana seguinte estava titubeando para condenar a eleição questionável de Nicolás Maduro. Reafirmou o compromisso fiscal – mas não sobre o corte de R$ 15 bilhões. Falou do Rio Grande do Sul – mas colocou o suporte humanitário na caixinha das coisas boas de seu governo. Entre os analistas econômicos, o entendimento é que a fala deixou a desejar. Entre os especialistas em política, o tom é de que Lula fez um gol às vésperas das eleições municipais, e se confirmou como o melhor cabo eleitoral da campanha 2024.

A questão das contas públicas, que demandará atenção especial no segundo semestre para não ferir o Arcabouço criado pelo

BALANÇO
Lula fez discurso de sete minutos e, ao enaltecer seus feitos, deixou evidente seu apego pelo aumento dos gastos

 FOTO: RICARDO STUCKERT

> **"NÃO ABRIREI MÃO DA RESPONSABILIDADE FISCAL. APRENDI A NÃO GASTAR MAIS DO QUE EU GANHO"**
>
> **LULA**, PRESIDENTE DA REPÚBLICA

próprio governo, foi tratada por Lula da seguinte forma: "Não abrirei mão da responsabilidade fiscal. Entre as muitas lições de vida que recebi de minha mãe, dona Lindu, aprendi a não gastar mais do que ganho". A fala tem um apelo relevante e conversa com o eleitor, mas não carrega nenhuma explicação. Chico Santini, doutor em gestão de políticas públicas e professor de economia do setor público da Universidade de Brasília (UnB), entende que a decisão de não falar sobre o bloqueio de R$ 11,2 bilhões e contingenciamento de R$ 3,8 bilhões para manter o resultado dentro da meta é porque invalidaria seu próprio discurso. "Dos sete [minutos] cinco foram dedicados a falar de medidas que elevam o gasto público."

Além dos gastos não previstos para suporte ao Rio Grande do Sul, Lula mencionou diversas iniciativas que implicam em aumento dos gastos públicos. "Lançamos o maior Plano Safra da história para financiar a agricultura. O Novo PAC está destinando grandes investimentos para obras de infraestrutura, ferrovias, rodovias, energia, drenagem e prevenção de riscos, policlínicas, creches e escolas", disse. Além disso, falou do programa "Pé de Meia" que oferece uma bolsa para estudantes que permaneceram no ensino médio. Sobre isso, ele defendeu que o País se "reencontrou com a civilização". O presidente Lula também fez uma crítica aos seus antecessores, reafirmando que assumiu um "Brasil destruído", quando voltou à Presidência da República no ano passado. "Assistimos a uma enorme destruição no nosso País. Programas importantes para o povo, como a Farmácia Popular e o Minha Casa Minha Vida, foram abandonados", afirmou.

EFEITOS PRÁTICOS Ainda que sirva para os fins políticos, a fala de Lula não bastou para acalmar o mercado, que segue desconfiado sobre a capacidade de o governo fechar o ano dentro da previsão de gastos. Ainda que realmente não tenha deixado o Brasil com déficit durante suas passagens anteriores no Palácio do Alvorada, Lula soltou o cinto dos gastos em sua segunda gestão, e colocou uma régua mais frouxa para seus sucessores no quesito gasto público.

Um dos marcos deste momento foi a chegada de Guido Mantega à Fazenda e o distanciamento das metas fiscais. 2007 e 2008 foram anos de amplos gastos que, assim como neste terceiro mandato, Lula justificou como necessários para superar a crise, e seus efeitos nas contas públicas seriam amortecidos pelo aumento da arrecadação tributária. Mas não foi bem assim. Quando a economia desaqueceu, mas os gastos não diminuíram (aliás, aumentaram), a conta deixou de fechar para o governo.

Com um verniz econômico, ainda que seja um tema com caráter mais eleitoreiro que prático, o presidente mencionou o fato de o Brasil estar presidindo o G20, grupo que reúne as 19 maiores economias do mundo e a União Europeia. "O Brasil voltou ao mundo, e o mundo agora vai passar pelo Brasil. Vamos colocar no centro do debate internacional a Aliança Global contra a Fome e a Pobreza", disse o presidente. Sobre isso, ele ainda mencionou o fato de seu governo propor neste foro das maiores economias "a taxação dos super-ricos, que já conta com a adesão de vários países". Uma daquelas lendas que tiram o sono dos ricos, dão esperança aos pobres e a política se aproveita para engajar.

O PARADOXO DO MINHA CASA, MINHA VIDA

600 mil contratos assinados, construtoras felizes, aumento dos empregos e incentivo à economia. Tudo ótimo, não fosse um detalhe: quanto maior o programa se torna, mais frágil ele fica

Paula CRISTINA

FOTOS: RICARDO STUCKERT | JADER FILHO NA VOZ DO BRASIL

O termo paradoxo, usado quando uma afirmação se sustenta em um contrassenso lógico, é perfeito para explicar o dilema que o governo Lula enfrenta com o programa habitacional Minha Casa, Minha Vida. O Brasil tem hoje um déficit de moradia de 6,2 milhões de unidades habitacionais. O governo, com bases populistas, tem interesse em garantir condições para que os cidadãos adquiram suas residências. A iniciativa privada clamava há anos por fomento à categoria, e tem se esbaldado com o programa. Tudo perfeito? Sim, não fosse o paradoxo. O forte ritmo de contratação com subsídio, que bateu recorde em 2024, pressiona as contas do governo, deixa as construtoras temendo um calote e atrasam os planos dos brasileiros interessados na casa própria. E esse é o paradoxo. Quanto mais forte e estruturado é o Minha Casa, Minha Vida, mais frágil e insustentável ele fica.

Para tentar lidar com a situação, o governo tem estudado alternativas para tirar a pressão dos gastos, sem diminuir o ritmo de fomento econômico. Uma das saídas seria frear o avanço dos financiamentos de imóveis usados já que, no entendimento da cúpula econômica de Lula, imóveis novos geram mais empregos. O programa habitacional deve fechar o ano com quase 600 mil financiamentos, um recorde. Esse saldo inclui contratações de imóveis novos e também usados.

A pressão destes números, no entanto, acontece no orçamento do FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço), que viabiliza as contratações do programa social. Em abril o governo já começou a apertar o cinto. Mas não bastou. Será preciso mais. A medida em avaliação é elevar o valor da entrada exigida nos financiamentos do Minha Casa, Minha Vida para a Faixa 3 do programa (famílias com renda de R$ 4,4 mil até R$ 8 mil) que queiram comprar imóvel usado. As famílias com renda menor que R$ 4 mil, não serão impactadas.

À DINHEIRO, o ministro das Cidades, Jáder Filho, afirmou que o programa passa por avaliações de tempos em tempos e não se trata de um corte, mas de uma adaptação. Ainda que ele reconheça que há pontos de dificuldade para o financiamento. “Estamos, constantemente, em conversas com a Casa Civil para ajustarmos de uma forma que não penalize nenhuma das faixas”, afirmou o ministro, que prevê uma solução para as próximas semanas. Ele não confirmou, entretanto, que os imóveis usados sofrerão o maior golpe. No início do ano, as famílias da Faixa 3 precisavam dar de entrada pelo menos 20% do imóvel. O valor máximo da casa ou apartamento para esse perfil é de R$ 350 mil. Em abril, o governo já enfrentava um aperto no orçamento do FGTS. Por isso, aumentou o valor da entrada para famílias da Faixa 3 nas regiões Sul e Sudeste para 25% a 30% dependendo da renda familiar. Agora, o governo quer ampliar essa exigência para a entrada e que ela passe a valer para todo o País. Ainda não há a decisão final de qual será o novo patamar.

> **“Estamos constantemente em conversas com a Casa Civil para ajustarmos [o programa] sem prejudicar as faixas já beneficiadas”**
>
> **JADER FILHO**, MINISTRO DAS CIDADES

E, aqui, outro dilema. Os imóveis usados tendem a ser mais baratos – o que beneficia a população mais carente. Só que imóveis novos acabam gerando mais emprego. “Este assunto é delicado e precisa ser decidido com equilíbrio. Não pode ser uma troca simples, ou uma substituição arbitrária.” De acordo com o último balanço do Ministério das Cidades, os imóveis usados representaram 30% dos 600 mil contratos do Minha Casa em 2024. Em 2021, essa fatia era de 6,25%. “A meta do presidente Lula, de proporcionar 2 milhões de unidades habitacionais, neste ritmo, precisará ser aumentada”, afirmou Jarder Filho. Em 2023, foram 860 mil novos contratos e, segundo o ministro, reflete uma demanda fortemente represada pela crise, falta de incentivo e alto juros dos últimos anos. E ainda que as coisas tenham piorado na crise (já que o déficit de moradias cresceu 4,2% entre 2019 e 2022, segundo Fundação João Pinheiro) o problema habitacional no Brasil atravessa gerações. E carrega, mais um paradoxo: 12 milhões de casas vazias (segundo o Censo 2021) e 6 milhões de famílias sem casas.

Stark Bank, que oferece serviços financeiros para empresas, registra R$ 155 bilhões em pagamentos, lucra R$ 71,5 milhões e quer ofercer serviço de ponta a ponta para o consumidor

Letícia FRANCO

Como esse brasileiro conquistou Jeff Bezos

Enquanto nas histórias da Marvel, Tony Stark, também conhecido como Homem de Ferro, cativou o público com sua inteligência e armaduras de alta tecnologia, na vida real, mais especificamente no Brasil, o empresário Rafael Stark, que carrega o mesmo sobrenome do super-herói, chamou a atenção de um dos homens mais poderosos do mundo: Jeff Bezos. Em 2022, o Stark Bank, instituição financeira fundada por Rafael, levantou US$ 45 milhões de investidores, incluindo do Bezos Expeditions, o family office do fundador da Amazon. Uma das poucas startups na América Latina e a única no Brasil

 FOTO: DANIELA TOVIANSKY

Vamos expandir o portfólio de produtos e aprimorá-los para ser a principal conta do cliente”

RAFAEL STARK
CEO DO STARK BANK

R$ 155

BILHÕES FOI O VALOR QUE A EMPRESA MOVIMENTOU EM PAGAMENTOS ANO PASSADO, ALTA DE 300% SOBRE 2022

R$ 71,5

MILHÕES FOI O LUCRO EM 2023, MARCANDO AUMENTO DE 2,2 VEZES CONTRA O DE 2022

a receber recursos do megainvestidor bilionário. “Confiança”, disse o empreendedor à DINHEIRO.

Depois de tal impulso, a empresa registrou R$ 155 bilhões em pagamentos em 2023, crescimento de 300% sobre 2022, e dobrou seu lucro líquido, chegando a R$ 71,5 milhões. Para o futuro, mais resultados e confiança. O banco, que oferece serviços para médias e grandes empresas, quer conquistar a principalidade das contas.

Segundo o executivo, a entrada nessa disputa deve acontecer em até dois anos a medida que o leque de ofertas é ampliado, segundo o executivo. Escalar como um multiproduto foi a rota definida pela startup desde o início, em 2018. Sediada em São Paulo, a instituição ajuda empresas no processo de pagamentos, faturas e contas a receber, combinando serviços de um banco convencional, como Pix e cartão, e soluções integradas para otimizar tempo e recursos de seus clientes. Atualmente, o Stark Bank opera como uma Sociedade de Crédito Direto (SCD), e em julho deste ano obteve aprovação do Banco Central para funcionar como instituição de pagamento (IP). A licença vale para as modalidades emissor de moeda eletrônica, credenciador (adquirente), emissor de instrumento de pagamento pós-pago e iniciador de transação de pagamento (ITP).

Hoje, cerca de 60% da base de clientes da startup — que atende mais de 600 empresas, entre elas Ultragaz, Localiza, Buser, Loft e Daki — usa três ou mais produtos da casa. Até o fim do ano, a meta é chegar a 90%. “Ter tudo em um só lugar para brigar pela principalidade da conta. Estamos expandindo produtos, além de aprimorá-los individualmente”, afirmou Stark, que também visa novas modalidades de créditos e câmbio para reforçar ainda mais a estratégia de ser um “corporate bank completo para as empresas”, ao disponibilizar conta-empresa, formas de pagamento, cobranças, recebimentos, renda fixa digital e limite de crédito, entre outros recursos. Para ele, quanto mais, melhor.

INVESTIMENTOS Há quase seis anos no mercado, o Stark Bank já captou US$ 61 milhões em investimentos. Foi em sua rodada de Série B em 2022 que a empresa atraiu os olhares e cifras de Bezos, em um aporte de US$ 45 milhões liderado pela Ribbit Capital, que a avaliou em mais de US$ 250 milhões. A lista de investidores ainda contou com a gestora SEA Capital, a empresa Kavak, fundadores do Airbnb e executivos de companhias como Visa, K5 Global, Lachy Groom e Coinbase. O aporte ocorreu quatro meses após a última captação feita pela Stark Bank, em dezembro de 2021, no valor de US$ 13 milhões, liderado pela gestora de Lachy Groom. Captações importantes para a entrada em novos mercados e expansão do portfólio, além da visibilidade obtida com esse reforço de peso.

Fundada em 2018, quando Rafael decidiu ter seu próprio produto digital após trabalhar tanto no mercado financeiro quanto no setor de tecnologia, a empresa registrou volume transacional de R$ 300 milhões ao final de 2019. Já a sequência de rentabilidade começou em 2021, na época o número registrado foi de R$ 3 milhões. Em 2022, mais de R$ 30 milhões, e no último ano, R$ 71,5 milhões. Sem revelar as metas fiscais para 2024, o executivo à frente do Stark Bank quer manter o ritmo de crescimento ao longo dos últimos anos apresentando soluções inovadoras e contato com o cliente. Nas histórias em quadrinhos, isso também é conhecido como jornada do herói.

OS QUERIDINHOS DOS INVESTIMENTOS

COM MAIOR TRIBUTAÇÃO EM INVESTIMENTOS DE RENDA FIXA, AS OPÇÕES ISENTAS TÊM AVANÇADO ENTRE OS INVESTIDORES PESSOAS FÍSICAS. ALÉM DO LCI E LCA, A NOVA OPÇÃO É O LCD. VALE A PENA?

Jaqueline MENDES

Com o aumento da tributação em grande parte dos investimentos em renda fixa, as opções isentas de impostos têm ganhado espaço crescente entre os investidores pessoas físicas. Entre essas opções, as Letras de Crédito Imobiliário (LCI) e as Letras de Crédito do Agronegócio (LCA) têm se destacado como escolhas principais. Recentemente, essas modalidades ganharam um novo concorrente: a Letra de Crédito do Desenvolvimento (LCD), lançada pelo governo na última sexta-feira (26). Essa nova aplicação financeira visa estimular investimentos em infraestrutura, indústria, comércio, serviços, inovação e pequenas empresas, oferecendo os mesmos benefícios fiscais que suas antecessoras.

As vantagens da LCA, LCI e LCD estão, principalmente, na questão tributária. Os rendimentos são isentos de Imposto de Renda para pessoas físicas, aumentando a atratividade do retorno líquido. Outro fator é a segurança. Esses títulos são garantidos pelo Fundo Garantidor de Crédito (FGC) até o limite de R$ 250 mil por CPF e instituição financeira. Na avaliação da economista Gabrielle Vieira, especialista em investimentos da FHE Ventures, essas modalidades são atraentes como diversificação de carteira. “Investir em LCIs, por exemplo, permite diversificação da cartei-

 FOTO: REPRODUÇÃO

ra, atrelando-se ao mercado imobiliário, que tem dinâmica própria em relação a outros setores da economia", afirmou. "Similar às LCIs, as LCAs também são isentas de Imposto de Renda, proporcionando rendimentos líquidos mais altos. Elas direcionam recursos para o financiamento do setor agrícola, um dos pilares da economia brasileira, contribuindo para o desenvolvimento do País." As LCAs também contam com a proteção do FGC, oferecendo segurança adicional ao investidor.

No caso da LCD, que também está livre da mordida do Leão, o objetivo é promover investimentos em infraestrutura, indústria, comércio, serviços, inovação e pequenas empresas, áreas cruciais para o crescimento econômico sustentável. Esses papéis proporcionam ao investidor a oportunidade de diversificar sua carteira com foco em setores variados e estratégicos para a economia. "A nova LCD amplia esse escopo, promovendo o desenvolvimento de infraestrutura e inovação, agrega uma dimensão extra de diversificação temática, permitindo aos investidores mitigar riscos e aproveitar oportunidades em setores emergentes e estratégicos", acrescentou Gabrielle.

A LCD tem o respaldo do governo federal, em tempos de cofre apertado para investimentos públicos em infraestrutura. De acordo com o vice-presidente Geraldo Alckmin, a LCD vai ajudar a reduzir a necessidade das empresas de financiamentos do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) porque o título é colocado e comprado pelo mercado, sem uma total dependência do Tesouro ou de outras fontes de dinheiro público. Enquanto para pessoas físicas há isenção de impostos, para as empresas há redução de 25% para 15% no imposto para pessoas jurídicas. "É um benefício importante para estimular o desenvolvimento", disse Alckmin, ao anunciar o lançamento dos LCDs.

LIMITAÇÕES A lei estabelece que apenas bancos de desenvolvimento poderão emitir a nova letra de crédito, até o teto de R$ 10 bilhões por ano. Além do BNDES, existem no Brasil também o Banco de Desenvolvimento do Minas Gerais (BDMG), o Banco de Desenvolvimento do Espírito Santo (Bandes) e o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), este último fundado por Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná.

Conforme afirmou o presidente do BNDES, Aloizio Mercadante, por ocasião da aprovação do projeto de lei no Senado, a LCD permitirá ao banco ampliar sua capacidade de financiamento em até R$ 10 bilhões por ano, fortalecendo o apoio a projetos estruturantes e reduzindo as taxas de juros para tomadores de crédito. "A LCD vai contribuir para diversificar as fontes de financiamento de longo prazo e desonerar o orçamento público de eventuais capitalizações dos bancos de desenvolvimento."

O novo instrumento de captação de recursos será regulamentado pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), que definirá as regras para a emissão, distribuição e resgate das LCDs. As instituições financeiras emissoras terão a obrigação de publicar relatórios anuais sobre os projetos financiados, garantindo transparência e prestação de contas.

Na avaliação de Pablo Alencar, especialista da Valor Investimentos, as Letras de Crédito não estão totalmente livre de riscos. "O investidor precisar ter em mente que perdas ou menor retorno podem estar associadas ao risco do projeto."

R$10 BILHÕES
É O LIMITE DE LCD QUE OS BANCOS PODEM EMITIR POR ANO

250 MIL
MIL REAIS POR CPF SÃO GARANTIDOS PELO FGC PARA AS APLICAÇÕES NAS LETRAS DE CRÉDITO

10 PERGUNTAS PARA DANIEL LIMA

CEO DO FUNDO GARANTIDOR DE CRÉDITO (FGC)

"O SISTEMA FINANCEIRO DO PAÍS ESTÁ MUITO SÓLIDO, BEM FISCALIZADO E COM UMA EFICIENTE REGULAMENTAÇÃO"

Hugo CILO

Um dos mais importantes mecanismos de proteção a pequenos investidores, um seguro para aplicações até R$ 250 mil, o Fundo Garantidor de Crédito (FGC) tem endossado a solidez do sistema financeiro – em um país em que estabilidade não parece estar muito em moda. Desde 1995, o País já teve 40 instituições financeiras liquidadas. No ano passado, foram dois casos, com mais de R$ 2,2 bilhões em (quase) perdas. Em entrevista à DINHEIRO, o CEO do FGC, Daniel Lima, afirma que o País desfruta de uma situação sólida e confortável. Confira a seguir:

Qual é a atual estrutura do FGC?
Estamos muito sólidos. Temos R$ 120 bilhões de liquidez e cobertura em mais de 12 bilhões de operações. Nosso patrimônio total é de quase R$ 135 bilhões. Então, as coisas estão indo bem. E hoje nossa maior alavanca de crescimento do patrimônio é a aplicação dos recursos financeiros. Com o patamar de juros que o País está, estamos aproveitando novas estratégias. Começamos a comprar um pouco de ativos ligados à inflação, o que tem nos ajudado desde 2023. Não tivemos nenhuma liquidação. Isso ajudou a preservar o caixa. Não tivemos nenhum pagamento de garantias, que é o geral que subtrai do nosso patrimônio. Mas não foi só isso que ajudou. Em termos de liquidação ou reciclagem de ativos, a gente já fez quase tudo até 2023. Faltam poucas coisas paro nosso balanço de ativos mais problemáticos, como alguns imóveis. Hoje restam cerca de 20 imóveis. A gente conseguiu reciclar bem a carteira. Então, o patrimônio se manteve saudável.

Sem o cenário de juros, com a Selic persistente em dois dígitos, o desempenho do FGC estaria mais lento?
Os juros altos ajudam muito com as aplicações, mas não é só isso. O sistema financeiro do País está muito sólido, bem fiscalizado e com uma eficiente regulamentação prudencial que leva ao sistema resiliente. O FGC tem 245 associadas. É de se esperar que uma ou outra tenha algum acidente de percurso e o negócio acabe não desempenhando a contento e tendo que ser liquidada. Uma liquidação nem sempre é um mau sinal. Uma liquidação faz parte da regra do jogo. É um sistema

 FOTO: MARCOS ANKOSQUI

capitalista. Vários bancos e financeiras vão florescer, algumas vão sucumbir. É normal.

Mas as liquidações de banco, historicamente, geram turbulências no mercado...
Sim. Desde 1995, já foram 40 episódios de liquidação. Em 2023, a gente teve duas liquidações: a Portocred e a BRK, duas financeiras. A gente pagou no total R$ 2,2 bilhões de garantias para cerca de 60 mil pessoas. Sem causar sustos ou gerar turbulências. Muito provavelmente, pouca gente deveria conhecê-las e pouca gente ficou sabendo que elas foram liquidadas. Isso é um reflexo de que o FGC está fazendo o seu papel. As pessoas confiam no mecanismo. Sabem que se houver uma liquidação não vai ter histeria. Então, está todo mundo tranquilo quando essas liquidações acontecem e não vira uma grande notícia.

Além de liquidação de bancos, há riscos menores para os investidores, como opções de investimento com alta rentabilidade e sem a cobertura do FGC. O crescimento desses fundos não é um risco ao sistema?
Ao sistema, não. Há um risco para o pequeno investidor. Mas se a remuneração está condizente com o risco que ele está tomando, não tem problema. O jogo é este. Mas quando o depositante tem talvez um tíquete menor, menos informação sobre o investimento que está operando e gosta de uma proteção, existe o FGC. Mas o mercado é composto por todo tipo de investidor. Há os que estão procurando aumentar a rentabilidade do seu patrimônio, se expondo a mais risco. Funciona assim em todas as economias mais desenvolvidas.

Existe a possibilidade de o FGC ampliar as opções de cobertura ou seguirá restrito a bancos e financeira em até R$ 250 mil?
Imagino que não mude no curto prazo. Quando a gente olha para umas comparações internacionais, uma variável que eu gosto de observar é o limite de cobertura dividido pelo PIB per capita. Quando você faz essa conta para vários países, esse número fica entre duas e quatro vezes. No Brasil, esse fator é mais ou menos seis vezes. Então, ainda tem espaço aqui para a gente entrar no parâmetro internacional antes que a gente tenha que discutir uma revisão do limite de cobertura.

O que impede de aumentar os valores cobertos?
Quando se oferece uma cobertura, isso muda o comportamento das pessoas. O cara que analisava risco vai parar de analisar risco, porque alguém vai pagar a conta dele se as coisas derem errado. Então, a gente não pode tirar esse investidor do mercado e dessa atividade de análise de risco. O mecanismo é feito para proteger o pequeno depositante mesmo, não o grande depositante. Quando se limita o limite de cobertura, se traz mais gente para o jogo de análise de risco. O banco e a financeira são negócios particulares porque operam alavancados. Há um ponto em que, dependendo do tipo de problema que uma financeira ou banco enfrente, a reputação das outras instituições pode estar ameaçada também. Isso pode ter uma corrida bancária, um contágio. Então, por isso que existe o mecanismo de proteção que tem o FGC, para evitar esse contágio.

O processo de "fintequização" da economia, que qualquer rede varejista lança seu próprio cartão, sua conta corrente, cartão de crédito e empréstimos, entre outros serviços financeiros, é um risco para o sistema?
Acho que ainda é cedo para concluir. Por mais que a gente tenha visto um aumento da presença de novos players nesse mercado, eles fazem um ou dois produtos apenas. Quando se compara com a carteira global de crédito do sistema, é uma fração muito pequena ainda. Mas imagino que vai crescer. E aí a gente vai tirar a temperatura daqui a mais uns 2 ou 3 anos. Só lá vamos entender melhor de tudo isso que a gente tem experimentado.

A regulação rígida do Banco Central faz com que a solidez seja padrão para todos, inclusive esses pequenos players?
Nos últimos anos, as barreiras realmente caíram. Hoje é muito mais fácil a entrada de novos agentes no mercado. Isso tem efeitos de bem-estar para a população, seja porque existem mais opções, seja porque também se muda o comportamento dos agentes tradicionais da economia, que passam também a investir fortemente em tecnologia, oferecer melhores produtos, inovar. Mas todos eles estão sob o mesmo foco do Banco Central. E se for preciso, do mesmo jeito que a gente corrigiu a rota para a competição, a gente também tem que ter a disposição para corrigir a rota das salvaguardas do sistema.

De uns anos para cá, alguns fatores de preocupação estão sendo adicionados ao mercado financeiro. O que antes era só risco de fraude ou de barbeiragem na gestão de um banco, hoje também existem fatores como os ciberataques, que podem levar instituições ao tombo. Como o FGC enxerga isso?
Esse é um ponto delicado da discussão. Até como resultado da entrada da competição, os incumbentes também se tornam mais tecnológicos, migram produtos para a nuvem, infraestrutura para a nuvem, ficam mais sujeitos a ataques cibernéticos. Acho que essa é uma preocupação mundial. Participo do Conselho dos Fundos Garantidores, que chama IAD, fica lá na Basileia, na Suíça. A cada três meses, mais ou menos, a gente se reúne para discutir, e sempre é pautado a questão do risco cibernético. Como a série de dados ainda é recente, a gente não tem muita modelagem para esse risco, então a gente tem adições de capital para cobrir risco operacional. Acho que isso vai merecer um capítulo só para ele nos livros, olhando para frente. E a gente ainda vai entender como fazer gestão desse risco cibernético e como se preparar melhor para ele. Vimos recentemente o que aconteceu com a CrowdStrike. Pelo que companhias aéreas que sofreram, a gente consegue deduzir que eles estavam usando o estado da arte em tecnologia. Isso é importante para que a gente reflita e diga: olha, mesmo o melhor prestador, mesmo a melhor tecnologia, está sujeita a falhas, e a gente precisa desenvolver planos de resolução de crises em cima desses potenciais problemas.

Como reduzir os riscos? Seria necessário ter sistemas redundantes?
Exato. Às vezes, é preciso ter mecanismos de proteção em caso de pane. Assim, poderemos atravessar problemas assim sem grandes danos, com mais instabilidade. No caso da CrowdStrike, a gente tinha um benefício que tudo começou lá no Japão. O upload começou por lá. Então, quando chegou no Brasil já tinha muitas adaptações sendo feitas, já tinha a solução do problema meio que identificada.

TRABALHO E RESULTADO
No iFood desde 2018, Diego Barreto assumiu o cargo de CEO da plataforma em maio. Foco é na cultura da empresa e na gestão eficiente

A FOME DE CRESC

FOTO: GLADSTONE CAMPOS

SCIMENTO DO IFOOD

Companhia de delivery chega a 100 milhões de entregas por mês e avança com novos negócios para crescer em 30% sua receita de R$ 10 bilhões. Estão nos planos atender lojas de shopping, expandir sua fintech iFood Pago e difundir seu chatbot Anota Aí

Beto SILVA

Imagine que você tenha esquecido de comprar um presente para um amigo, namorado, esposa ou um familiar. Qual aplicativo usaria para adquirir rapidamente uma camisa polo da Dudalina, por exemplo? Certeza que não pensou no iFood, por motivos óbvios: é a maior plataforma de delivery de comida da América Latina. Mas pode começar a pensar nele para comprar roupa. A companhia testa a vertente de shopping em seu ecossistema e tem ido muito bem. É mais uma linha de negócios do aplicativo, que desde 2022 se transforma em um ecossistema de soluções de entrega. Antes do shopping, canais de farmácia, pet shop e mercado já estavam disponíveis na plataforma, para pedidos dos 55 milhões de usuários ativos. No total, em todas as frentes de atuação, são 350 mil estabelecimentos parceiros, 310 mil entregadores, 6 mil funcionários e 1,5 mil cidades atendidas em todas as regiões do Brasil. E agora, o iFood chega a um recorde que está sendo comemorado com entusiasmo pela empresa: 100 milhões de entregas por mês. Em 2018, apenas seis anos atrás, a companhia brasileira bateu a marca de 1 milhão de entregas mensais. Um aumento substancial de 9.900%, que garante uma receita anual na casa dos R$ 10 bilhões. "A expectativa é crescermos 30% neste ano", afirmou à DINHEIRO Diego Barreto, CEO do iFood, que inclusive já teve de usar o canal de vendas de shopping do app para obter uma camiseta branca, em

A EVOLUÇÃO DA MAIOR FOODTECH DA AMÉRICA LATINA

2011 Criação do iFood

2013 1º investimento do Grupo Movile

2015 Alcança 1 milhão de pedidos por mês

2018 Lança o modelo de Logística e inicia a integração de IA proprietária

2020 Percepção do valor social do iFood diante da pandemia

2021 Posicionamento agressivo de ESG

2022 Consolidação como ecossistema

2024 100 milhões de pedidos ao mês

OPERAÇÃO

100 milhões de pedidos mensais

55 milhões de usuários mensais

350 mil estabelecimentos parceiros

310 mil entregadores

6 mil colaboradores

1,5 mil cidades atendidas em todas as regiões

faturamento R$ 10 BILHÕES

investimento R$ 1 BILHÃO

DIVISÃO DO VOLUME BRUTO DE VENDAS

DA MOTO PARA O FURGÃO A vertente de mercado do iFood representa 8% do volume geral de vendas. Atende consumidores e os restaurantes, que podem fazer pedidos em atacadistas

um momento emergencial, quando esteve no Rio de Janeiro.

A linha de negócios de shopping visa aproveitar uma estrutura que o iFood já possui dentro dos centros de compras. A companhia tem um hub de coleta e despacho de refeições no backstage das praças de alimentação na maioria dos shoppings de grandes cidades. Por isso é raro ver algum entregador com a bag do iFood pelos corredores dos centros de compras, apesar do alto número de pedidos nos restaurantes desses locais. A intenção não é concorrer com a venda direta e recorrente das lojas e sim apostar na conveniência para os consumidores. "Se der certo, e quando der certo, esse modelo vai ser expandido", disse Barreto, que assumiu o cargo de CEO depois de ser CFO e vice-presidente de Finanças e Estratégia da empresa, em que está desde 2018. Na Movile, dona do iFood, ele atuou em 2016 e 2017.

Formado em Direito pela PUC-SP, tem MBA no IMD Business School, da Suíça, e é autor de dois livros que têm sido referência para empreendedores: *Nova Economia* e *O Cientista e o Executivo*. Nas publicações e na sua carreira, Barreto ressalta a "cultura e o modelo de gestão" que fizeram o iFood alcançar o patamar de uma das principais plataformas de delivery da América Latina. O aproveitamento de ativos, como faz agora com o canal de shopping ao aproveitar o hub de refeições, é uma das tônicas do processo. Foi assim que também alavancou a vertente de mercado do app, que surgiu em 2020.

Se já entregava comida pronta feita por restaurantes, seria possível também entregar alimentos disponíveis nas gôndolas dos mercados. Nesse caso, os meios de transporte de duas rodas, motos e bicicletas, ganharam o convívio de carros para que a quantidade de produtos a serem entregues aumentasse. E nessa esteira veio outra oportunidade: atender aos próprios restaurantes que compram de atacadistas. É dessa forma que empresas como Atacadão, Roldão e Assaí estão presentes no iFood. "É o aumento da construção de ativo no ecossistema", disse Barreto.

Mas chegar até esse momento foi um processo. Para o iFood e para o executivo, que ganhou cancha ao participar ativamente da expansão das atividades do iFood, além da entrega de comida. No início dos anos 2000, o setor vivia o que é chamado de food delivery 1.0. Era simplesmente a conexão entre o restaurante que queria vender e o consumidor que queria comprar. Um marketplace bom, mas limitado. Os pontos positivos eram que a novidade atraía a curiosidade dos *early adopters* e a margem era alta. Porém, o tamanho do mercado era limitado e a experiência do cliente ficava restrita. A partir de 2010, a logística agregada impulsionou o marketplace. Foi nesse momento que nasceu o iFood. Já havia maior engajamento das pessoas e dos estabelecimentos. E as ofertas destravaram. Um restaurante que fazia uma entrega por dia e não tinha condições de manter um entregador agora podia vender pela plataforma parceira.

Por outro lado, havia incertezas quanto ao retorno do negócio da plataforma, os ativos não eram completamente utilizados e o relacionamento com a base de clientes era restrito. Avançar tornou-se fundamental. O passo à frente foi em 2018, com incremento dos investimentos em tecnologia para formar um ecossistema, de fato. Com o segmento robusto em tamanho, desenvolveu a interconexão entre os parceiros, com aumento do engajamento entre consumidores e entregadores e melhoria da operação. Uma engrenagem positiva se formou. "Para restaurantes, quanto mais entregas, mais barato fica o custo logístico. O delivery melhora e o consumidor vai querer mais", frisou Barreto, ao rebater "alguns mitos" que envolvem o crescimento do iFood. O principal deles de que a plataforma seja fruto da pandemia. "Crescíamos forte antes da pandemia e seguimos crescendo depois dela. O iFood é fruto de cultura e modelo de gestão muito bons. Avançamos constantemente à base de inovação."

NOVAS VERTICAIS As incertezas da década anterior desapareceram. E o iFood se preparou para reinvestir os lucros em novas verticais. Foram criados os canais de mercado, farmácia, bebidas, pet shop, gourmet e shopping (em teste). Além de duas

> **"Resolvemos auxiliar um setor que não era atendido pelos bancos. E usamos nossos dados para saber quem precisava de crédito para vender bem"**
>
> **THOMAS BARTH**
> COO DO IFOOD PAGO

SERVIÇOS FINANCEIROS
Maquinona e oferta de crédito são produtos da fintech iFood Pago, que também tem disponibilizado benefícios trabalhistas e seguros para restaurantes

frentes que têm se destacado fora do âmbito das entregas: a fintech iFood Pago e o chatbot de pedidos integrados Anota Aí. Todas essas linhas já são responsáveis por 30% do *Gross Merchandise Volume* (GMV ou volume bruto de mercadorias) da companhia. Os outros 70% são de duas vertentes do core: o Marketplace (conexão de restaurantes com entregadores) e Logística (aplicativo para o motoboy, rastreamento de entregadores e para clientes, despacho automático, roteirizador, controle de taxas, integração, relatórios e suporte).

O iFood Pago surgiu em 2021, durante a pandemia, para suprir a demanda de crédito dos restaurantes que estavam sofrendo para sobreviver diante de um cenário em que o País entrou em isolamento social rígido em ao menos três vezes. "Resolvemos auxiliar um setor que tradicionalmente não era atendido pelos bancos. E usamos nossos dados para saber quem precisava de crédito para vender bem", disse Thomas Barth, COO da fintech. Em três anos de atuação, a instituição se fortaleceu. Tem 140 mil contas digitais abertas, 40 mil tomadores de créditos e R$ 1,5 bilhão em financiamento concedido. Entrou no ramo de adquirência, ao lançar sua maquininha de pagamento – no caso do iFood Pago, é chamada de maquinona –, além de oferecer seguros especializados voltados aos estabelecimentos comerciais e benefícios para os funcionários dos restaurantes parceiros. A receita da fintech já chega a R$ 1 bilhão. Por enquanto, pretende ficar no 'mundo iFood', sem abrir serviços para o mercado em geral – nem mesmo para os entregadores. Por enquanto, ressalte-se. "Estamos focados na nossa base. Podemos crescer muito dentro de casa", afirmou Barth.

"O robô, aliado ao cardápio digital, se relaciona com o cliente, tira dúvidas e coleta todas as informações necessárias"

JONAS CASARIN
CEO DA ANOTA AÍ

Já a Anota Aí surgiu da necessidade de melhorar o dia a dia do delivery, tanto para aumentar a sua eficiência operacional, quanto para impulsionar o crescimento do negócio. É uma ferramenta criada para otimizar processos de atendimento e gerenciar informações e dados de uma forma mais rápida e eficiente. O chatbot centraliza os pedidos recebidos pelo restaurante por outros canais, como WhatsApp ou Instagram. A startup foi criada em 2017 e investida pelo iFood em 2022. "O robô, aliado ao cardápio digital, se relaciona com o cliente, tira dúvidas e coleta todas as informações necessárias, como quantidade de itens, endereço de entrega e forma de pagamento", explicou Jonas Casarin, CEO da Anota Aí. A ferramenta tem contribuído para impulsionar atividades de 35 mil clientes e conta com 13 milhões de pedidos intermediados mensalmente. É responsável por pouco mais de 10% do volume geral de vendas o iFood.

ENTREGA MAIS RENTÁVEL
São 310 mil entregadores na plataforma. Estratégia é manter a base e aumentar a renda média dos motoboys, que tem avançado 25% nos últimos três anos

Na avaliação de Leonardo Mencarini, cofundador e CEO do Mercado Único, a expansão do iFood para novos segmentos é uma estratégia certeira para fortalecer sua posição no mercado, diversificar suas fontes de receita e mitigar riscos. "Ao incluir categorias como supermercados, farmácias e moda, o iFood não apenas atende a uma gama mais ampla de necessidades dos consumidores, mas também se posiciona como um parceiro de negócios essencial para uma variedade de setores", analisou o especialista.

A intenção do iFood é avançar justamente com suas soluções inovadoras no mercado. Principalmente nessas novas verticais, fora do food. Expandir a atuação para mais cidades, além das 1,5 mil atendidas hoje, não está nos planos. Aumentar a base de 350 mil parceiros também não. Diego Barreto explicou a estratégia. "A lógica do negócio não é ter todos os restaurantes de uma região. É ter o equilíbrio certo. Porque o consumidor não quer ter

NA TERRA E NO CÉU
iFood tem parceria com a Tembici para disseminar entregas com bicicleta. Já os drones são testados, mas a tecnologia não deve ser implementada pela complexidade da operação e pelas restrições impostas pela Anac

50 hambuguerias para escolher. Quer ter um bom número de ofertas, com preço e qualidade, para decidir a compra", disse o CEO do iFood.

E aceitar mais entregadores na plataforma? "Também não", ressaltou o executivo. "Visamos manter os 310 mil e aumentar a renda deles. Com mais vendas nos mesmos restaurantes e mais entregas com os mesmos entregadores", disse Barreto, ao destacar que a renda média dos motoboys tem crescido 25% nos últimos três anos. Para uma jornada de 40 horas semanais, os ganhos são entre R$ 1.980 e R$ 3.039, segundo a foodtech. E a regulamentação desses trabalhadores para melhorar suas condições e os seus direitos? O iFood é a favor e defende publicamente a regulação desde 2020. "Precisa de regulação, proteção social, direitos mínimos. As empresas precisam pagar parte dessa conta. Dos dez pontos existentes [na regulação], nove estão em consenso. O que a gente discute hoje é o modelo da Previdência", discorreu o CEO. Segundo a companhia, a proposta de contração por CLT ignora a realidade do setor de entrega. A maioria dos entregadores que trabalham com o iFood possuem, em média, menos de 90 horas trabalhadas por mês e utilizam a plataforma para complementar renda. Se tributados, não atingirão o piso de contribuição necessário para inclusão na Previdência Social. E apenas 7% dos entregadores terão direito a seguros e Previdência, "evidenciando o fracasso da proposta".

JET SKI Boa parte do investimento anual de R$ 1 bilhão do iFood é aplicado em inovações embarcadas com Inteligência Artificial. A empresa é um navio de cruzeiro, mas a mentalidade é de ser um jet ski, para colocar as ideias em prática rapidamente, com times enxutos, espalhados por toda a empresa. Assim, os caminhos, com novas direções, são explorados de forma mais dinâmica. São 2,4 mil funcionários do setor de tecnologia da companhia, sendo 300 da equipe de IA, com 80 desenvolvedores. Os testes são simples e rápidos. "We love gambiarra" é o conceito. Sim, eles amam gambiarra tecnológica. É delas que saem as soluções mais adequadas.

Muitos jets ski já estão na água. Um deles é no setor jurídico. A ferramenta de Inteligência Artificial compara contratos e faz análise de riscos, classifica a conformidade das cláusulas e revisa automaticamente, se necessário. A outra está no core, em catálogos inteligentes. Por IA sugerida pelo iFood, é possível o restaurante melhorar a descrição do prato e até a foto dele que aparece para o cliente. Sem descaracterizar a imagem exata da refeição. Uma melhoria no fundo da foto ou uma mesa mais bonita, talvez. O tráfego de pedidos em cardápios com IA tem aumentado 5%. Um terceiro exemplo é a Dora, um bot propositivo. No mercado do iFood, por exemplo, o cliente fala os ingredientes que precisa para fazer uma paella. O robô entende o contexto do comando de voz, prepara uma lista de produtos e compara os preços nos parceiros da plataforma.

Com tanta inovação, a tecnologia avançada não vai para a entrega? O iFood testa há mais de dois anos entrega por drones. Mas Diego Barreto sai das alturas e coloca os pés no chão para esclarecer que a ninguém vai ver os pacotes do iFood voando pro aí. "Existe uma limitação legal e burocrática pela Anac [Agência Nacional de Aviação Civil], que está certa em controlar o espaço aéreo. Aprovar uma rota de drone é bem parecido com avalizar uma rota de avião. Ultracomplexo", ponderou o CEO, que prefere soluções mais factíveis. Crítico da mentalidade de curto prazo, prefere promover uma cultura de transparência dentro da companhia e com os clientes e parceiros. É assim que o iFood alimenta seu futuro, com fome de resultados.

VOLVO LIGA OS TRATORES NA TOMADA

Com investimentos de US$ 3 bilhões em descarbonização, marca sueca traz para o Brasil sua linha de equipamentos elétricos para construção, mineração e agronegócio

Allan RAVAGNANI

Os produtos da multinacional sueca Volvo são reconhecidos mundialmente por sua segurança e eficiência. A companhia, que foi a inventora do cinto de segurança de três pontos, lá nos anos 50, e a primeira a aplicar airbags em seus veículos, vem atuando agora com grande afinco na frente ambiental, produzindo veículos e equipamentos cada vez menos poluentes, na busca pela meta de ter 35% de seus veículos vendidos sem emissão de gases efeito estufa até 2030, e de chegar a 100% até 2040.

Os investimentos da Volvo para a descarbonização somam quase US$ 3 bilhões, e a unidade latino americana é uma das mais comprometidas com a meta. Além do lado romântico de quando se fala em sustentabilidade, a companhia se adianta à concorrência no mercado de linha amarela, que movimenta US$ 250 bilhões por ano, segundo o ranking Yellow Table. O presidente da Volvo CE para a América Latina, Luiz Marcelo Daniel, recebeu a DINHEIRO na sede da companhia em Curitiba (PR), para apresentar a linha elétrica de equipamentos pesados para construção, mineração e agronegócio que está chegando ao continente latino americano.

Entre as maiores vantagens, além da menor poluição, as máquinas elétricas possuem uma autonomia de cerca de 8 horas, o tempo do turno de um operador. Possuem a função de carregamento rápido, que pode ser acionado nas pausas, recarregando de 15% a 80% da bateria em uma hora. Também têm a opção de operar cabeadas diretamente na rede, em casos de curtas distâncias. “Elas também não fazem barulho, já imaginou uma obra na cidade sem fumaça nem ruídos?”, apontou Luiz Marcelo.

> NÓS APOSTAMOS NA ENERGIA LIMPA. TEREMOS, ATÉ 2024, TODOS OS NOSSOS EQUIPAMENTOS MOVIDOS POR FONTES QUE NÃO POLUAM

LUIZ MARCELO DANIEL,
PRESIDENTE VOLVO CE AMÉRICA LATINA

NEM FUMAÇA, NEM RUÍDO
O CEO para América Latina, Luiz Marcelo, sobre um modelo de carregadeira 100% elétrica que a fabricante está trazendo para o mercado brasileiro

A transição para a eletrificação da Volvo CE foi planejada para começar pelos centros urbanos, onde causaria maior impacto, no entanto, já começou a ir para lugares mais isolados, como os campos do agro e sítios de mineração. O diretor de Eletromobilidade da empresa, Rafael Nieweglowski, afirmou que a boa recepção das cidades acelerou o avanço para o campo. “Agora vamos ampliar fronteiras, máquinas de maior porte, que transportam grãos, minério, pelotas, que escavam”, afirmou. A meta da companhia é que 30% do total das vendas sejam para o agronegócio até 2030.

Em relação ao custo dessas máquinas, Nieweglowski apontou que ele tende a cair conforme se aumenta a produção, mas que, hoje em dia, as máquinas têm um payback de 3 anos, contando a redução de 40% na manutenção, nos gastos com combustível e no preço da energia. “Ainda não é o cenário perfeito, mas estamos trabalhando para que uma máquina elétrica não seja mais de 50% mais cara do que uma a diesel. Hoje, ela custa o dobro”, completou.

É importante ilustrar ao leitor que a Volvo é uma companhia de quase 100 anos de história, com mais de 100 mil funcionários, dividida em quatro grandes unidades de negócios. A Volvo CE (Linha Amarela), Volvo Trucks (Caminhões), Volvo Buses (Ônibus) e a Penta, com foco em motores marítimos e industriais. A unidade produtora de carros da marca foi vendida no início dos anos 90 para a Ford e hoje pertence à gigante chinesa Geely. Já a história da Volvo CE é bem mais antiga, de 1832, tendo atuado na fabricação de trens, dos primeiros submarinos torpedeiros no mundo, em 1880, e do primeiro motor à combustão da Suécia, em 1893.

HIDROGÊNIO Parte do investimento na descarbonização também passa por explorar o potencial do combustível de hidrogênio, o elemento mais abundante na natureza. “Eu acho que talvez esse seja o capítulo mais apaixonante de todos, em termos de engenharia, a transformação da indústria de hidrogênio”, afirmou Daniel, engenheiro de formação. Ele aponta que o hidrogênio usado ainda não é limpo, pois necessita-se de combustíveis fósseis em sua produção. “Nós estamos apostando na transição para o hidrogênio verde, a partir da eletrólise, que irá alimentar as células, sem emissões de carbono”, disse.

E nesse campo do hidrogênio, a Volvo CE tem uma grande participação. Há três anos, a companhia investiu 600 milhões de euros (R$ 3,7 bilhões) para criar a Cellcentric, uma joint

CARGA RÁPIDA Rafael Nieweglowski e Luiz Marcelo Daniel ao lado de uma escavadeira compacta e elétrica, cuja bateria consegue ser 100% carregada em uma hora

venture com a Daimler – dona da Mercedes Benz – que produz células de hidrogênio para movimentar caminhões, ônibus e máquinas. “A produção do hidrogênio verde está acelerada no planeta Terra. Com várias iniciativas importantes, inclusive o Brasil faz parte dessa iniciativa. No Nordeste, nós temos um polo de produção de hidrogênio verde”, completou.

PÓS-VENDA A Volvo CE confia tanto na linha elétrica que está em fase de “emprestar” essas máquinas para grandes clientes testarem por até seis semanas. No momento, a companhia está com alguns equipamentos operando em uma grande pedreira de Caxias do Sul (RS). “Eles estão trabalhando no limite, testando as máquinas no ritmo mais intenso de trabalho, colocando o máximo de carga, e é isso mesmo que nós queremos, que a máquina seja utilizada ao máximo”, disse Nieweglowski.

Entre as garantias oferecidas, a principal é a de seis anos para a bateria, que tem uma estimativa de vida de 10 anos. “A bateria é o principal ponto de dúvida do cliente na hora de comprar”, segundo o presidente. “Isso é uma segurança a mais para ele, que pode acompanhar a saúde da bateria do equipamento, igual é no celular, e se essa saúde baixar de 80%, a Volvo CE já troca a bateria”, completou.

Mas e depois dos 10 anos de uso da máquina? Para isso, a Volvo comprou o negócio de baterias da Proterra, por US$ 210 milhões, para manejar as baterias usadas. “Essa unidade tem uma série de projetos para transformar essas baterias em outros produtos”, disse Daniel.

2,9 BI
DE DÓLARES FORAM INVESTIDOS EM NA TRANSIÇÃO ENERGÉTICA

10 BI
DE DÓLARES FOI A RECEITA COM AS VENDAS DA LINHA AMARELA EM 2023

No pós-venda, a companhia tem um centro avançado de monitoramento das máquinas em operação, chamado Uptime, do conceito de tempo de atividade disponível, onde observam todas as máquinas em uso pelo País e fornecem relatórios detalhados sobre o estado do equipamento – da Volvo e de outras marcas – para que o cliente possa fazer a manutenção preventiva e tenha maior controle de segurança do sítio. A sala de operações é repleta de monitores que acompanham, em tempo real, diversas operações. A empresa oferece também suporte remoto, por vídeo, onde um técnico consegue fazer pequenos reparos ou diagnosticar algum defeito, chegando ao local com a peça certa de reposição. “Isso evita gasto com viagens e economia de tempo, especialmente em locais mais isolados, onde o distribuidor mais próximo está há 300, 400 quilômetros de distância”, afirmou diretor da área, Alexandre Flatschart. Segundo ele, hoje, o faturamento da Volvo CE em pós-vendas é da ordem de US$ 100 milhões, e o alvo é dobrar até 2030, em um mundo mais limpo e seguro.

INOVAÇÃO O DNA de segurança traz consigo a necessidade de se aumentar o investimento em inovação na organização, que aplica cada vez mais tecnologia em seus produtos e nas soluções no pós-venda. Para trazer novas ideias de fora para dentro da companhia e fomentar cultura inovadora, a Volvo criou uma incubadora de startups em Gotemburgo, na Suécia, chamada CampX. “São selecionadas diversas startups com boas ideias que fazem sentido para as necessidades da companhia, e elas recebem investimentos e incentivos para prosperar. É um projeto que deu muito certo e agora será criado um CampX nos Estados Unidos, na Carolina do Norte”, afirmou Daniel. Olhando para dentro, em sua sede brasileira, a Volvo CE fomenta a inovação através de uma plataforma digital, onde os funcionários são incentivados a dar ideias e propor soluções para melhorar seus processos de trabalho. “Há duas semanas nós selecionamos os trabalhos dos grupos que se inscreveram, e a gente se surpreendeu tanto com a qualidade deles, que ao invés de escolhermos cinco, como era previso, escolhemos doze ideias para serem trabalhadas na incubadora, por isso é tão importante aproveitar a criatividade das pessoas, elas têm um background diverso, visões diferentes, tudo isso é muito enriquecedor”, completou o executivo.

RESULTADOS No dia 18 de julho a companhia divulgou seus resultados referentes ao segundo trimestre de 2024, mostrando uma leve retração nos números na comparação com 2024. Segundo o CEO Global da Volvo, Martin Lundstedt, o mercado total de máquinas encolheu, em grande parte devido a uma desaceleração na Europa, Ásia e Estados Unidos. Já a América do Sul e a China cresceram. “Na América do Sul, o mercado cresceu impulsionado pelo Brasil e Peru”, apontou o presidente global, que salientou a nova e ambiciosa linha de produtos lançados, como uma gama modernizada de escavadeiras máquinas elétricas, incluindo a primeira escavadeira elétrica sobre rodas. “Continuamos impulsionando a inovação para permanecer na vanguarda da transformação das indústrias, com soluções mais sustentáveis para a sociedade em geral”. S

CLASSE MUNDIAL
A fábrica da Volvo CE em Pederneiras (SP) (abaixo) é referência em qualidade e produtividade, exportando suas máquinas pesadas para 19 países, incluindo os EUA

23º FÓRUM EMPRESARIAL LIDE

PATROCÍNIO

APOIO

COLABORAÇÃO

midas

TCL SEMP

MÍDIA PARTNERS

FORNECEDORES OFICIAIS

INICIATIVA

INFORMAÇÕES

16 DE AGOSTO

RIO DE JANEIRO
HOTEL FAIRMONT COPACABANA

CONFERENCISTAS CONFIRMADOS:

CLAUDIO CASTRO
GOVERNADOR DO ESTADO
DO RIO DE JANEIRO

RONALDO CAIADO
GOVERNADOR DO ESTADO
DE GOIÁS

HELDER BARBALHO
GOVERNADOR DO ESTADO
DO PARÁ

EDUARDO RIEDEL
GOVERNO DO ESTADO
DO MATO GROSSO DO SUL

RENATO CASAGRANDE
GOVERNADOR DO ESTADO
DO ESPÍRITO SANTO

WILSON LIMA
GOVERNADOR DO ESTADO
DO AMAZONAS

GLADSON CAMELI
GOVERNADOR DO ESTADO
DO ACRE

FELÍCIO RAMUTH
VICE-GOVERNADOR DO ESTADO
DE SÃO PAULO

EDUARDO PAES
PREFEITO DA CIDADE
DO RIO DE JANEIRO

DIAS TOFFOLI
MINISTRO DO SUPREMO TRIBUNAL
FEDERAL-STF

LUIZ FUX
MINISTRO DO SUPREMO TRIBUNAL
FEDERAL-STF

AYRES BRITTO
PRESIDENTE DO SUPREMO TRIBUNAL
FEDERAL-STF (2012-2014)

RAUL JUNGMANN
PRESIDENTE DO IBRAM
MINISTRO DA DEFESA (2016-2018)

ANDRÉ ESTEVES
SÓCIO-FUNDADOR DO BANCO
BTG PACTUAL

FÁBIO ARAÚJO
DIRETOR DE TECNOLOGIA DO
BANCO CENTRAL DO BRASIL

CAROLINA SANSÃO
DIRETORA DE TECNOLOGIA
DA FEBRABAN

NICOLA MICCIONE
SECRETÁRIO-CHEFE DA CASA CIVIL
DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

LEONARDO LOBO
SECRETÁRIO DA FAZENDA DO
ESTADO DO RIO DE JANEIRO

CHICÃO BULHÕES
SECRETÁRIO DE DESENVOLVIMENTO
URBANO E ECONÔMICO DA CIDADE
DO RIO DE JANEIRO

CAIO MEGALE
ECONOMISTA-CHEFE DA
XP INVESTIMENTOS
SECRETÁRIO DO TESOURO
NACIONAL (2019-2020)

CRISTIANO PINTO DA COSTA
PRESIDENTE DA SHELL BRASIL

MAURÍCIO QUADRADO
PRESIDENTE DO BANCO MASTER
DE INVESTIMENTO

PATRÍCIA ELLEN
CEO DA AYA
SECRETÁRIA DE DESENVOLV. ECONÔMICO
DO ESTADO DE SÃO PAULO (2019-2022)

PATRICK BURNETT
FUNDADOR E CEO DA
INOVETECH

INOVAÇÃO Radiografia digital dinâmica é uma técnica que tem se destacado por fornecer imagens detalhadas e em movimento

A SAÚDE VAI BEM, ARIGATÔ!

Multinacional japonesa de imagens gráficas e médicas, Konica Minolta quer expandir divisão de healthcare no Brasil por meio de exportação e novas tecnologias, como radiografia dinâmica

Letícia FRANCO

Quando a Konica Minolta inaugurou sua primeira fábrica de healthcare no Brasil – a primeira do grupo no mundo – em 2015, a multinacional japonesa especializada em equipamentos para escritório e diagnósticos decidiu apostar na atualização do mercado de exames médicos de imagem para expandir sua divisão de saúde no País. Nove anos depois, a Konica Minolta Healthcare lidera o mercado de raios X digitais, com cerca de 800 equipamentos operacionais, e de placas DR, que somam 1,8 mil unidades. Para continuar em ritmo de crescimento no País, a gigante com faturamento de R$ 9 bilhões aposta em novas tecnologias, que incluem medicina veterinária e radiografia digital dinâmica (DDR), para o mercado interno e externo nos próximos anos. "O objetivo é tornar a divisão um hub de exportação de tecnologias médicas", disse à DINHEIRO Daniel Martins, CEO da Konica Minolta Healthcare do Brasil, primeiro brasileiro a assumir o cargo no grupo.

Hoje, o healthcare representa 10% do faturamento global da empresa, enquanto no Brasil a representatividade da vertical nos negócios sobe para 40%. Segundo Martins, o destaque se deve a uma série de investimentos no mercado nacional. Quando o executivo iniciou sua trajetória na parte comercial do grupo, em 2012, a companhia tinha uma rede de vendas através de distribuidores dos Estados Unidos, sem fabricação local. A entrada de Martins coincidiu com o desenvolvimento da divisão de saúde no País, que, após três anos de análise de mercado, abriu uma subsidiária e escolheu a região para ter a primeira fábrica de saúde da multinacional. Com a aquisição da brasileira Sawae, fabricante de aparelhos para raio X, a japonesa uniu a produção analógica a uma puramente digital.

A unidade em Nova Lima, em Minas Gerais, é responsável pela fabricação de tecnologias como raio X e aparelho de mamografia. E agora apresenta também a radiografia digital dinâmica, uma técnica que tem chamado a atenção dos profissionais da saúde por sua capacidade de fornecer imagens detalhadas e em movimento, aumentando as possibilidades de diagnóstico e tratamento. Em análise junto aos órgãos de controle, a tecnologia deve ser disponibilizada pela Konica Minolta para o mercado brasileiro ainda neste segundo semestre, de acordo com Daniel Martins. A DDR já é utilizada nos Estados Unidos e Europa.

"O objetivo é tornar a divisão um hub de exportação de tecnologias médicas"

DANIEL MARTINS, CEO KONICA MINOLTA HEALTHCARE

US$ 9 bilhões
FOI O FATURAMENTO GLOBAL DA KONICA MINOLTA EM 2023

40%
É PARTICIPAÇÃO DO SETOR DE HEALTHCARE DA JAPONESA NO BRASIL

Além de oferecer produtos para a saúde primária e saúde da mulher, a divisão passou a fabricar e comercializar aparelhos para medicina veterinária no ano passado. "O software que utilizamos agiliza o processo de identificação do animal", afirmou o CEO. Para ampliar sua participação no mercado, o grupo também realiza investimentos em soluções de Inteligência Artificial, business intelligence e internet das coisas (IoT, na sigla em inglês) para que clínicas e hospitais obtenham diagnósticos mais precisos, principalmente em casos de saúde da mulher. "Vamos trabalhar os equipamentos de mamografia com IA, inclusive para ter mais facilidade no manuseio e chegar em mais cidades", disse Martins.

REESTRUTURAÇÃO Com novo CEO e o investimento em novas tecnologias, a reestruturação do setor de healthcare também foi um movimento adotado pela multinacional japonesa em sua divisão. Toda a estrutura organizacional foi atualizada depois de oito anos de crescimento acelerado. Afonso Portugal foi nomeado ao cargo de country business manager, responsável por liderar as principais áreas de negócios da operação no Brasil, para apresentar crescimento a longo prazo. "Nossa reestruturação foi planejada com muita responsabilidade para operarmos com crescimento sustentável. Por meio de investimentos assertivos e com ações de longo prazo", disse Portugal. Hoje, são 11 áreas, que contemplam desde a controladoria de produção até o marketing.

UM MERCADO DO BRASIL ALÉM-MAR

Rede de supermercados baiana, Hiperideal vira multinacional, desembarca em Portugal e projeta chegar ao seu primeiro bilhão em faturamento neste ano

Aline ALMEIDA

A empresa anunciou recentemente a aquisição de seis lojas da varejista portuguesa M. Cunha. Segundo Amanda Vasconcelos, que comanda sete áreas diferentes dentro da companhia e é filha de João Gualberto, um dos fundadores da rede, a expansão para o país europeu foi uma escolha estratégica. “Portugal se tornou um grande reduto de brasileiros, o que nos confere competitividade nas importações de produtos para atender à demanda”, disse ela. “Além disso, estamos buscando apresentar um novo modelo de negócio ainda não utilizado na Europa, o que facilitará, e muito, as relações comerciais entre a rede e os consumidores”, discorreu a executiva.

Os brasileiros representam 35% do total de 1,04 milhão de cidadãos estrangeiros com residência em Portugal, mantendo-se como a principal comunidade imigrante, segundo dados provisórios de 2023 divulgados pela Agência para a Integração de Migrantes e Asilo (Aima) ao jornal português Público. Inicialmente, a ideia era expandir para São Paulo, mas essa opção foi descartada devido à forte concorrência no estado do sudeste. Em Portugal, ainda predominam as lojas de vizinhança e há uma quantidade reduzida de estabelecimentos no modelo de cash & carry.

A empresa começará em agosto a implementar a sua estratégia de identidade nas terras portuguesas, transformando a M. Cunha na Hiperideal. De acordo com Amanda Vasconcelos, o objetivo é inaugurar a primeira unidade no início de 2025, com um novo nome, layout e sistema. “Esse é um desafio interessante e cheio de detalhes, mas também uma oportunidade promissora. Estamos animados para anunciar que já temos uma data para a abertura da nossa primeira loja, construída do zero, em solo português”, afirmou a executiva.

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

"Portugal se tornou um grande reduto de brasileiros, o que nos confere competitividade nas importações"

AMANDA VASCONCELOS,
DIRETORA COMERCIAL

ESTRATÉGIA
Varejista tem o compromisso de manter o padrão de suas lojas e ocupar os espaços deixados pelos concorrentes

No Brasil, a varejista continua sua expansão no nordeste com a inauguração de uma nova unidade no bairro Cidade Jardim, em Salvador. Amanda explicou que a nova filial está localizada em um ponto estratégico da cidade e anunciou que a empresa está se expandindo além da capital para Feira de Santana, a segunda maior cidade da Bahia. "Teremos ainda mais unidades no modelo Hiperideal em casa, com operações 100% autônomas", reiterou. Todas as lojas da rede seguem o modelo de mercado de vizinhança, com áreas de venda entre 700 m² e 1.500 m².

FORMATO EM EXPANSÃO Todas as lojas da rede seguem o modelo de mercado de vizinhaça, que será implantado também em Portugal

Enquanto a rede brasileira se consolida, algumas multinacionais têm reduzido suas operações no nordeste e desacelerado seus investimentos. Um exemplo é o Carrefour, que em dezembro do ano passado anunciou o encerramento de quase todas as suas operações na Bahia. Nos espaços deixados, o Hiperideal entrou, como fez nas duas das três lojas inauguradas em 2023, localizadas onde antes funcionavam unidades do Big.

Para Amanda Vasconcelos, o crescimento da empresa é resultado dos 32 anos de atuação no setor varejista da região, o que permite conhecer e aplicar inovações para garantir a melhor experiência para clientes, colaboradores e fornecedores. "Toda essa trajetória nos garante uma relação coesa com os consumidores e nos permite absorver organicamente o gap de mercado deixado pela saída das multinacionais na cidade", afirmou.

Ao projetar faturamento de R$ 1 bilhão para este ano, a visão da Hiperideal para o futuro é estabelecer e ganhar mercado na Bahia e equilibrar suas operações entre o crescimento internacional e a expansão no Brasil. "Buscamos ser os melhores no que fazemos e aprimorar continuamente, sem copiar, mas adaptando e dando a nossa identidade. Acreditamos que este é o caminho", enfatizou a executiva.

COMEÇO A história do Hiperideal começou em 1979, quando seu fundador, João Gualberto, deixou de vender produtos de limpeza em São Paulo e iniciou atividades no setor de supermercados, comprando 12 lojas da rede Petipreço, em Salvador, pertencentes ao Grupo Paes Mendonça de seu tio, Mamede Paes Mendonça. Em 1997, a rede já era a segunda maior da Bahia e, em 1999, foi vendida para o grupo holandês Royal Ahold. Em 2001, Gualberto fundou o primeiro hipermercado do Mato Grosso, em Cuiabá. Em 2004, retornou ao mercado baiano e abriu duas filiais da rede Hiperideal em Salvador. Segundo Amanda Vasconcelos, toda essa experiência possibilitou um amadurecimento com a tecnologia e inovação. "Fomos a primeira rede do estado da Bahia a implementar leitor de código de barras, em 1992, com o Petipreço. Depois fomos os primeiros a ter etiquetas eletrônicas e a introduzir o sistema de compra on-line através de site e app, em 2018", contou.

Em termos de sustentabilidade e responsabilidade social corporativa, as lojas da varejista possuem sistema de energia solar, reaproveitamento de água pluvial, estação de carregamento de carros elétricos, reaproveitamento de papel e papelão, além do programa + Ideal, que oferece capacitação e atuação para atender melhor os autistas, idosos e portadores de deficiência. "Acreditamos que o caminho é longo e contínuo. Estamos atentos e abertos a aperfeiçoar nossa atuação no quesito ESG", disse a executiva.

Fonte: Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS)

 FOTO: DIVULGAÇÃO

QUAL O PRAZO DE VALIDADE DA SUA EMPRESA?

CÉSAR SOUZA
FUNDADOR E PRESIDENTE DO GRUPO EMPREENDA

Presenciamos uma aceleração de soluções disruptivas que têm ameaçado destruir negócios tradicionais da noite para o dia. Outros tantos parecem condenados a desaparecer, mas já não serão objeto de maiores surpresas, pois o seu prazo de validade já se esgotou. Empresas e marcas que pareciam sólidas simplesmente estão perdendo a relevância e vendo seu valor de mercado se deteriorar. Em alguns casos mais extremos, alguns empreendimentos estão virando pó.

Sabemos que o horizonte empresarial se encontra carregado de nuvens tempestuosas, com o arsenal de novas tecnologias que aceleram o futuro e com isso o processo de obsolescência de produtos e serviços. Para agravar a complexidade da situação, alguns desafios potencializam a já intensa turbulência: mudanças nos hábitos de compra e uso dos consumidores; constantes alterações na legislação e nos marcos regulatórios; surgimento de concorrentes inusitados mais ágeis e flexíveis, dentre vários outros fatores.

Mas, sem sombra de dúvida, a causa-raiz dos problemas enfrentados pelas empresas continua residindo no estilo de liderança exercido pela maioria dos seus dirigentes. Líderes nostálgicos, acostumados ao sucesso durante uma realidade que já não existe mais, acomodados ao subdesempenho satisfatório, focados no curto prazo, na sua própria sobrevivência profissional e pouco questionadores do status quo, preferem não enfrentar o que precisam fazer para reposicionar a empresa rumo a um novo patamar.

É angustiante e, por que não dizer, surpreendente que apenas alguns líderes confessem estar preocupados e decididos a mudar rapidamente, pois suas empresas já passaram pela porta da UTI e não desejam voltar àquela situação.

A grande maioria dos líderes e dirigentes empresariais continua sem querer olhar para o somatório de circunstâncias que poderá afetar suas empresas e prosseguem firmes fazendo mais do mesmo, sem inovar de fato e sem perceberem a perda inexorável da relevância do seu negócio à medida que o tempo passa. Preferem apontar dedos e culpar terceiros, governos, concorrentes, a tecnologia, a guerra na Ucrânia ou em Israel e a atribuir a causa de seus problemas à alta taxwa de juros e à ausência ou excesso de chuvas, dentre outros fatores exógenos.

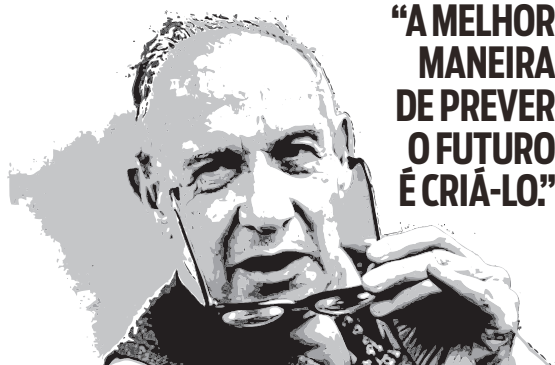
> **“A grande maioria dos líderes e dirigentes empresariais continua sem querer olhar para o somatório de circunstâncias que poderá afetar suas empresas. Precisamos de coragem para executar as mudanças que precisam ser enfrentadas”**

Enquanto isso tomam maior vulto os “pontos cegos” da empresa sob sua liderança, tais como os concorrentes invisíveis – que não são mais apenas os que fabricam os mesmos produtos ou prestam os mesmos serviços, mas sim os que disputam o “share of wallet” dos mesmos consumidores e os modelos de negócios obsoletos para uma realidade que já não existe mais.

Adicione-se a todos esses componentes as atitudes derivadas do excesso de confiança proveniente do sucesso anterior que leva à busca indiscriminada por mais, muitas vezes numa megalomania infundada, e a negação de riscos e perigos óbvios que, quando se perde o timing certo, levam à luta desesperada pela salvação.

Precisamos de coragem para executar as mudanças que precisam ser enfrentadas para garantir que as nossas empresas possam desfrutar de um lugar ao sol na outra margem do rio aonde o futuro as espera. A pergunta inconveniente, porém necessária, se torna imperativa: qual o prazo de validade da sua empresa?

MONTADORAS VENDEM **DADOS DE MOTORISTAS**

GM, Honda e Hyundai coletaram dados pessoais e sigilosos de carros conectados à internet e estão vendendo essas informações. Essa é a denúncia feita por senadores que está sendo apurada pela Comissão Federal de Comércio dos EUA, (Federal Trade Commission ou FTC na sigla em inglês). São informações sobre o tempo exato que o motorista percorre em cada deslocamento, distância, velocidade e comportamento de frenagem de cada viagem de automóvel. Esses dados são então oferecidos às seguradoras. "As empresas não deveriam vender dados de americanos sem o consentimento deles, ponto final. Mas é particularmente insultuoso para as montadoras que estão vendendo carros por dezenas de milhares de dólares e então espremer alguns centavos adicionais de lucro com dados privados dos consumidores", apontaram os congressistas.

"A MELHOR MANEIRA DE PREVER O FUTURO É CRIÁ-LO."

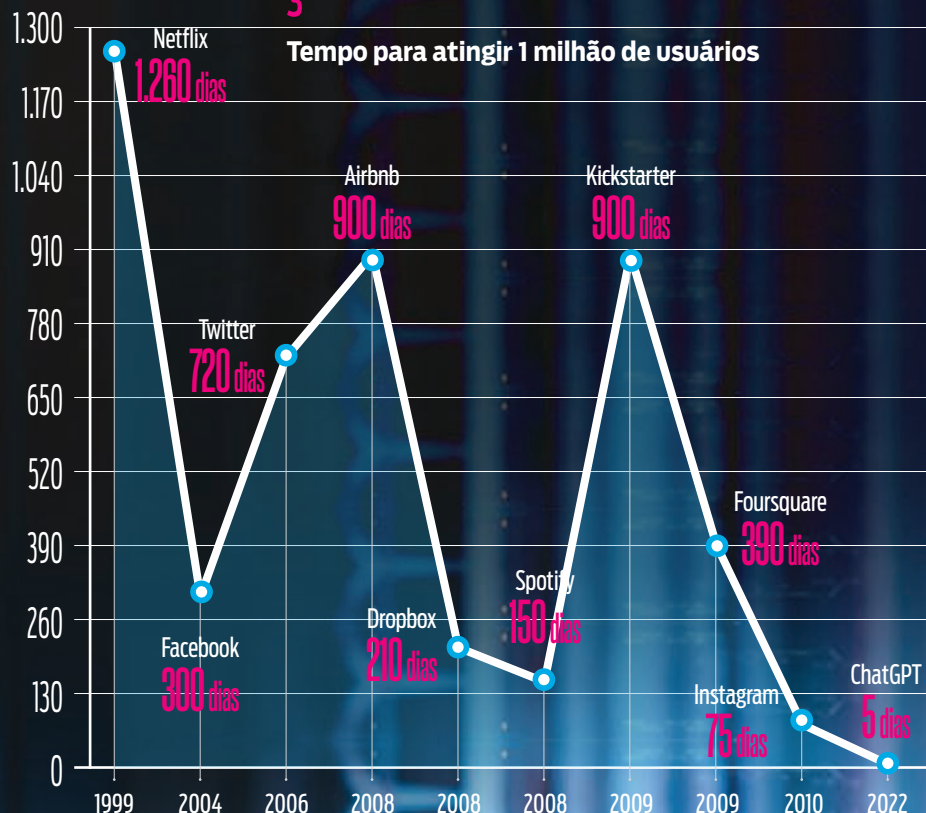
PETER DRUCKER *(1909-2005)*, ESCRITOR, ACADÊMICO E ECONOMISTA AUSTRÍACO, CONHECIDO COMO 'PAI' DA ADMINISTRAÇÃO MODERNA

VELOCIDADE DE ADOÇÃO DA TECNOLOGIA

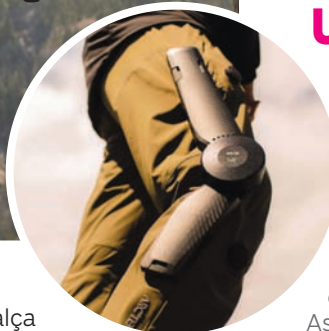
Tempo para atingir 1 milhão de usuários

Ano	Serviço	Dias
1999	Netflix	1.260 dias
2004	Facebook	300 dias
2006	Twitter	720 dias
2008	Airbnb	900 dias
2008	Dropbox	210 dias
2008	Spotify	150 dias
2009	Kickstarter	900 dias
2009	Foursquare	390 dias
2010	Instagram	75 dias
2022	ChatGPT	5 dias

DIAS: 0, 130, 260, 390, 520, 650, 780, 910, 1.040, 1.170, 1.300

INFOGRÁFICO: FABIO X | FOTOS: DIVULGAÇÃO

Foram necessários apenas cinco dias para o ChatGPT atingir 1 milhão de usuários. É o período de tempo mais rápido para adoção de uma tecnologia entre as grandes ferramentas lançadas em um passado recente. Uma das tecnologias mais avançadas, também é uma das mais abrangentes e a que teve adesão das pessoas em tempo recorde. Não é a toa que a Inteligência Artificial tem revolucionado o mundo.

UM TRAJE DE **EXOESQUELETO**

Arc'teryx e a Skip, uma spinoff do X Labs do Google, firmaram parceria para popularizar uma calça com dispositivo mecânico que visa aumentar a força das pessoas para atividades profissionais extenuantes ou de lazer, como montanhismo. A vestimenta pode fazer os caminhantes se sentirem 13 quilos mais leves e elevar a força das pernas em até 40%. A calça MO/GO apresenta um motor elétrico leve no joelho, com o módulo de reforço de potência e baterias recarregáveis acopladas. O módulo se encaixa no caminhante usando suportes de fibra de carbono para as pernas, escondidos sob a roupa. É comercializado como um dispositivo de mobilidade, com preços entre US$ 4,5 mil e US$ 5 mil. Os envios estão previstos para o final de 2025.

NA ÍNDIA, UBER PERMITE **TRÊS VIAGENS DE UMA VEZ**

A Uber lança o serviço que permite até viagens simultâneas na Índia. Esse recurso é fruto do desenvolvimento de novos produtos da companhia. Visa capturar mais clientes, incluindo aqueles que não têm o aplicativo ou mesmo um smartphone. Assim, a empresa expande seu alcance de mercado. A Uber lançou discretamente as viagens simultâneas no ano passado em vários mercados globais, incluindo os Estados Unidos. Mas só na Índia há possibilidade de três viagens de uma vez. "Como entendemos que alguém pode precisar reservar uma viagem para seu ente querido ao mesmo tempo em que está em um Uber, lançamos viagens simultâneas no final do ano passado globalmente", disse a Uber em comunicado enviado ao portal TechCrunch.

NURO RETOMA **ENTREGAS AUTÔNOMAS**

O Departamento de Veículos Motorizados da Califórnia (EUA) concedeu à Nuro aprovação para testar seu veículo de entrega autônomo R3, de terceira geração, em quatro cidades da Bay Area (Mountain View, Palo Alto, Los Altos e Menlo Park), dando à startup um impulso positivo após enfrentar alguns contratempos e dificuldades financeiras. Os veículos da Nuro, que não têm assentos, janelas, volantes ou pedais, não são projetados para transportar passageiros, apenas mercadorias. Apesar de operarem em vias públicas, eles se parecem mais com grandes robôs de entrega de calçada, completos com unidades de armazenamento com temperatura controlada para alimentos. A empresa chegou a levantar mais de US$ 2 bilhões de investimentos, mas estava queimando dinheiro rápido. Após duas rodadas de demissões nos últimos dois anos, reestruturou sua equipe para se concentrar em acertar a parte da autonomia. Agora, Nuro foca em testar e validar sua nova arquitetura de IA para retomar as entregas autônomas em escala.

NINTENDO APRIMORA SEUS SIMPÁTICOS CHAVEIROS

A Nintendo ampliou seu porfolio de chaveiros com botões de controle de games. A coleção original incluía botões dos controles do NES e do Famicom. E agora expande para incluir botões e joysticks do Super Nintendo, Super Famicom, N64 e GameCube. Os chaveiros retrô não funcionam como controles, de fato. São apenas fidget toys. Estão fazendo sucesso. Mas não no Brasil. Eles só estão disponíveis em máquinas gashapon (de venda automática) nas lojas da Nintendo no Japão e no aeroporto de Narita, em Tóquio.

FISCAL VIRTUAL DE PROVAS

Startup paraibana IARIS desenvolve solução EasyProctor que permite monitorar provas on-line. Ferramenta já emitiu 5 milhões de alertas de possíveis fraudes

Aline ALMEIDA

 | FOTOS: FREEPIK | DIVULGAÇÃO

A Paraíba é um dos berços de artistas brasileiros que se destacam em território nacional e também no exterior. Entre os nomes de destaque estão Assis Chateaubriand, fundador do Museu de Arte de São Paulo e da TV Tupi, e célebres escritores como Ariano Suassuna e José Lins do Rego. Na música, Zé Ramalho, Cátia de França e Chico César são as referências. Mas a Paraíba vai além da sua contribuição cultural. Também tem se destacado no campo da inovação. Entre as crias do polo tecnológico paraibano está a IARIS, startup fundada por Igor Lucena, Fábio Falcão e Erick Vagner e que tem se destacado com suas soluções de prevenção de fraudes de provas e exames nacionais e de concursos públicos.

Com sede em João Pessoa, a empresa foi criada em 2021 com o objetivo de desenvolver aplicações em computação e Inteligência Artificial. Seus produtos são baseados em pesquisas acadêmicas, em parceria com a Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Seu carro-chefe é a EasyProctor, uma ferramenta que combina análise de dados via IA, com análise humana para monitoramento seguro de provas on-line. A tecnologia já monitorou cerca de 500 mil exames, gerando mais de 5 milhões de alertas de possíveis fraudes.

Para Fábio Falcão, CEO da IARIS e mestre em Engenharia da Informática com foco em machine learning e computação forense, o desenvolvimento da ferramenta vislumbrou uma demanda do mercado mesmo antes da pandemia de Covid-19, porém, se tem consolidado agora, no pós-crise sanitária. “Durante a pandemia, percebemos que as pessoas estavam receosas de aplicar [a ferramenta], porque não sabiam quanto a pandemia ia durar, não sabiam se as demandas iam ser provisórias ou definitivas”, explicou o executivo.

Com a ascensão do modelo educacional a distância e o fim do período pandêmico, a startup aproveitou 2022 para validar sua proposta e conquistar seus primeiros clientes e parceiros. Entre eles, o Detran da Paraíba, que implementou a EasyProctor para aumentar a segurança em suas provas on-line. Outro cliente que utilizou a plataforma para suas provas EaD foi o Grupo +A, uma tradicional empresa gaúcha do ramo educacional.

Falcão observou que a solução permite identificar possíveis fraudes pelo fato de possuir um algoritmo avançado capaz de avaliar o comportamento de cada candidato durante o período da prova. A EasyProctor inclui gravação de áudio e vídeo, sistema de bloqueio de tela do candidato para impedir o uso de fontes externas para consulta, algoritmo de reconhecimento facial para validação da identidade do candidato e módulo para inspeção humana em tempo real, reproduzindo a função de um fiscal de prova presencial. “Nossa solução é uma das mais adaptadas para o mercado nacional. Sabemos que, aqui no Brasil, somos um mercado mundialmente conhecido quanto a fraudes”, discorreu. “Todo dia nasce uma nova fraude e todo dia estamos dispostos a fechar essa nova porta que se abre.”

DO BRASIL PARA O MUNDO
Crescendo no Brasil, fundadores da IARIS Igor, Fábio e Erick querem agora levar tecnologia nacional que monitora provas on-line para a América Latina

Segundo Falcão, a solução EasyProctor é muito mais forte globalmente do que no Brasil. Ela nasceu na Índia e depois foi para os EUA, os dois maiores concorrentes do mercado nacional. Mas, por aqui, é a primeira ferramenta do tipo com tecnologia 100% nacional. “Todos os algoritmos que trabalham dentro da nossa plataforma foram desenvolvidos pela equipe da IARIS. Então, dentro do mercado brasileiro, é a primeira solução de fato que veio sem o DNA estrangeiro”, disse o CEO.

Além de seu carro-chefe, a IARIS também lançou a EasyInspection, uma solução SaaS (Software as a Service) de auditoria veicular que utiliza Inteligência Artificial. Segundo Falcão, a partir de imagens dos veículos é possível emitir um laudo para validar as informações do automóvel. “Isso nos permite atuar, por exemplo, com seguradoras e departamentos de trânsito, oferecendo uma solução que traz mais segurança ao processo de vistoria”, disse o executivo.

Segundo a projeção da IARIS, com a implementação dessa nova solução o faturamento para este ano deve aumentar 100% em relação a 2023 – os números totais não foram divulgados. Além de atuar nos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná, Paraíba, Maranhão, Pernambuco e Distrito Federal, a empresa planeja expandir para vizinhos da América Latina, como Argentina, Colômbia e México, por meio de parcerias com Google, Amazon e Microsoft. “Temos sistemas que operam nas três nuvens atualmente e essas empresas são nossos parceiros de negócios”, afirmou Falcão.

FS Energia prepara investimento de R$ 400 milhões para construir fábrica que vai enterrar o CO^2 gerado na produção de seu etanol e sequestrar até 12 milhões de toneladas de carbono da atmosfera em 30 anos

Um combustível para “limpar o ar”

Alexandre INACIO

O setor de transporte é um dos maiores responsáveis pela emissão de CO^2. Sozinho, ele representa cerca de 16% dos gases de efeito estufa lançados na atmosfera, sendo que o transporte rodoviário tem uma fatia de 12%, o que o coloca entre os principais vilões do aquecimento global. Na prática, a humanidade tem tirado da terra ao longo de décadas o carbono ali depositado em forma de petróleo, transformado em combustível, queimando nos motores de carros, ônibus e caminhões e jogado devolvendo em CO^2.

No Brasil, o uso do etanol tem contribuído para reduzir o peso das emissões do setor de transportes. Afinal, parte do dióxido de carbono emitido pelos motores a combustão é usado pela cana-de-açúcar ou milho como fonte de energia para o crescimento e desenvolvimento das plantas. Agora, o país está perto de produzir um combustível com uma pegada negativa de emissões.

A FS, empresa que fabrica etanol de milho em Mato Grosso e é controlada pelo americano Summit Agriculture Group, concluiu seus estudos de viabilidade e comprovou que existem condições geológicas para injetar no solo o dióxido de carbono emitido na produção do biocombustível. Assim, a empresa será a primeira do mundo a produzir etanol com uma pegada negativa de carbono. Hoje, o etanol da FS emite 17 gramas de CO^2 por cada megajoule equivalente de energia gerada. Por si só, é 80% menor do que a gasolina. A partir do momento que a empresa passar a estocar o gás no solo passará a ter uma geração negativa de 13 gramas de $CO2$ por megajoule. Em outras palavras, o biocombustível passará a sequestrar carbono da atmosfera, uma espécie de “limpeza do ar”.

“O projeto total, que inclui perfuração, análise do solo e a construção do site de injeção de CO^2, tem um investimento previsto de R$ 500 milhões. Investimos até

 FOTOS: DIVULGAÇÃO

agora R$ 110 milhões, que corríamos o risco de perder caso o projeto se mostrasse inviável. Agora, serão mais cerca de R$ 400 milhões para a fábrica", disse Daniel Costa Lopes, vice-presidente de sustentabilidade e novos negócios da FS.

Para fazer a perfuração, estudo do solo e análise geológica da região a FS contratou a SLB para cuidar de todos os aspectos técnicos. Segundo Augusto Carvalho, diretor de novos negócios da SLB para América Latina, o projeto da FS é o primeiro do Brasil em escala internacional dentro da bacia sedimentar dos Parecis e terá uma capacidade para armazenar 12 milhões de toneladas de CO^2 ao longo de 30 anos. "Pelas condições continentais do Brasil, o país possui em seu território algumas regiões com condições geológicas para estocar CO^2. Entre elas a do Parecis (MT), onde estão duas usinas de etanol da FS, mas também na Bahia, Espírito Santo, Rio de Janeiro e São Paulo. Temos uma perspectiva muito positiva, geologicamente falando."

Se a etapa geológica foi superada, para que as obras tenham início ainda será preciso dois passos fundamentais. O primeiro é regulatório. O Brasil ainda não tem uma lei e uma regulamentação vigentes que tratem da estocagem de CO^2 no solo. O projeto de lei que trata do assunto está no Congresso e é conhecido como combustível do futuro. O PL já foi aprovado na Câmara dos Deputados e aguarda por votação no Senado para ir à sanção presidencial.

ESTOQUE DE CARBONO
Para Augusto Carvalho, da SLB, o Brasil tem um grande potencial para armazenar CO2 no solo, dada suas dimensões continetais

PEGADA NEGATIVA
Segundo Daniel Lopes, da FS, empresa estima investimentos de R$ 500 milhões para produzir o etanol que sequestra carbono da atmosfera

Além da aprovação da lei, será necessária a emissão do licenciamento ambiental do projeto — de âmbito estadual — o que inclui a realização de uma audiência pública, já marcada para 18 de setembro. "Se tudo correr como o planejado, a licença prévia do projeto será emitida até dezembro deste ano, para que em maio de 2025 saia a licença de instalação. Acreditamos que, até lá, a lei estará em vigor", disse Lopes.

O segundo passo a ser dado é o da monetização. Nesse caso, a FS trabalha com duas possibilidades. A primeira é a geração de créditos de carbono, que poderiam ser comercializados tanto no mercado voluntário (nacional ou internacional) quanto no mercado regulado, via CBios. O segundo caminho é adicionar ao etanol produzido pela empresa uma espécie de prêmio. O biocombustível de valor agregado seria exportado a mercados que remuneram pela pegada de carbono ou mesmo utilizado para a produção do SAF (Combustível Sustentável de Aviação, na sigla em inglês).

Segundo Lopes, nenhuma possibilidade de monetização está descartada. Já existem até compradores dispostos a pagar pelo produto, mesmo sem a existência dele. Seja qual for a forma de monetizar o projeto e o produto, a FS terá nos próximos anos 600 milhões de litros de etanol com uma pegada negativa de carbono.

POR MARCOS **STRECKER** colaboraram ALLAN **RAVAGNANI** e LETÍCIA **FRANCO**

VELOZES E LUXUOSOS

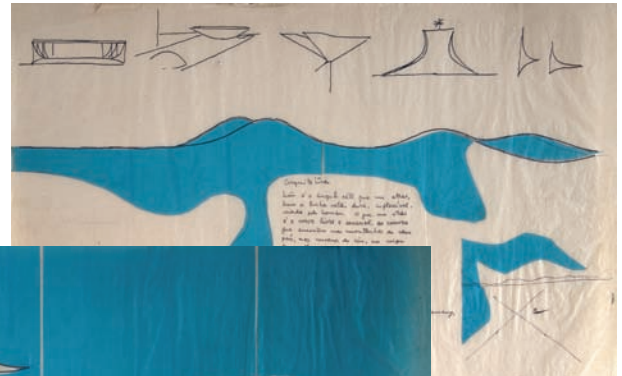
PORSCHE TRAZ CAYENNE HÍBRIDO AO BRASIL

Desde que chegaram ao Brasil, em setembro de 2023, os novos Cayenne chamam atenção por combinar luxo e esportividade. Agora, com os híbridos, a família fica completa: o novo Porsche Cayenne Turbo E-Hybrid reforça a sofisticação característica da marca. O torque impressiona. Tanto no modo elétrico quanto na combustão, a aceleração se destaca. O híbrido não decepciona na motorização. O motor elétrico de 130 kW/176 cv funciona em harmonia com o motor V8 biturbo de 4,0 litros e 441 kW (599 cv). Juntos, produzem uma potência combinada de 544 kW (739 cv) e um torque de 950 Nm. A aceleração de 0 a 100 km/h é alcançada em 3,7 segundos, e a velocidade máxima chega a 295 km/h. Todos os modelos híbridos vêm equipados com um novo carregador móvel de 11 kW, que reduz o tempo de carregamento para duas horas e dezoito minutos, mesmo com a capacidade da bateria aumentada. Os preços variam de R$ 770 mil para o Cayenne E-Hybrid até R$ 1,33 milhão para o Cayenne Turbo E-Hybrid.Coupé.

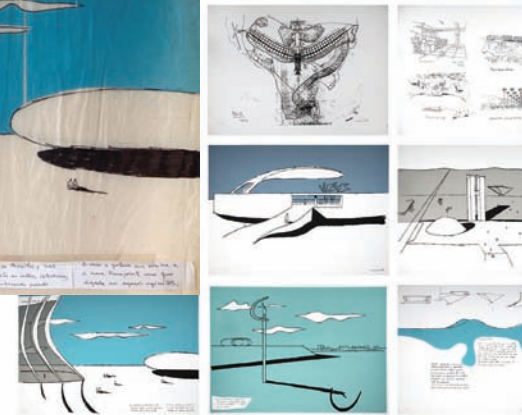
 FOTOS: DIVULGAÇÃO

CRITIVOS

ESTILO **BOTTEGA VENETA** EM ÓCULOS

Criada em 1975, a técnica do intrecciato, um couro trançado que forma uma trama artesanal lembrando o trabalho de cestaria, tornou-se a assinatura da marca italiana Bottega Veneta. O sucesso das peças da grife, como a bolsa Knot, também aparece na sua linha de "eyewears". É o caso do intrecciato, um óculos disponível nas cores preta com lentes cinza, verde com lentes marrom ou branco com lentes amarelas. No Brasil, esse modelo da Bottega Veneta (subsidiária do grupo Kering, dona das maisons Gucci, Saint Laurent e Balenciaga) é distribuído com exclusividade pela Protus Group, no valor de R$ 3,4 mil.

LEILÃO

ESBOÇOS DE **NIEMEYER** E **LUCIO COSTA** À VENDA

Com 338 obras em serigrafias e litogravuras, a exposição "Arte Gravuras De Coleção", que ocorreu no James Lisboa Escritório de Arte de 29 de julho a 3 de agosto, será leiloada no site e no aplicativo de James Lisboa, no período de três dias: 5, 6 e 7 de agosto, às 20 horas. Grande parte do acervo é proveniente da Lithos, empresa referência em excelência gráfica, e engloba trabalhos de Oscar Niemeyer, Millôr Fernandes e Ziraldo. Um dos destaques é a edição de 1999 do álbum "Brasília Para Sempre", que tem seis esboços feitos de próprio punho por Niemeyer e seis por outro "pai" de Brasília, o arquiteto Lucio Costa. As obras já podem receber lances no site leilaodearte.com.

NOS ARES

A NOVA CLASSE EXECUTIVA DA **QATAR AIRWAYS**

A companhia aérea Qatar Airways lança a nova versão de sua classe executiva, a QSuite Next Gen. As novidades incluem suítes quádruplas personalizáveis, suítes duplas nos assentos das janelas, telas de entretenimento 4K OLED móveis, além de mais espaço e privacidade. Também há mais espaço para refeições compartilhadas e divisórias mais altas e digitais. O conforto inclui serviço de arrumação de cama cinco estrelas com a funcionalidade dedicada "Make My Bed". O modelo estará disponível no Boeing B777-9 até 2025.

(RE)DESCOB
LUXO

Zeitgeist, um termo alemão introduzido pelo escritor Johann Gottfried von Herder para designar o que seria o "espírito do tempo", está intrinsecamente na moda. Tanto como ponto de partida para as inspirações quanto ao influenciar as criações. Se o zeitgeist contemporâneo envolve a conectividade de um mundo digital, a moda não poderia ficar de fora, especialmente as grandes e tradicionais maisons, conhecidas por mudar o rumo da indústria em cada época. Mesmo com o desafio de transportar a exclusividade e a experiência das lojas físicas para o universo on-line, o mercado de luxo levou suas operações para o e-commerce como uma forma de elevar as vendas. É o caso de grifes como Dior, Hermès e Chanel, que apostam em suas lojas virtuais ao mesmo tempo em que descobrem maneiras de implementar os pilares do luxo em um novo ambiente – sem perder o glamour.

Fato é que nem as gigantes podem se dar ao luxo de ignorar o e-commerce. Outrora pioneiras, as marcas estreladas demoraram para aderir a iniciativas digitais e ingressaram nesse universo quando praticamente todo o mercado já estava nele. "O atraso pode ser justificado pelas diferenças. A internet é democrática, olha a capilaridade. Já o luxo não funciona assim", disse Maya Mattiazzo, especialista em moda, luxo e negócios digitais e professora da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Para ela, estar nas plataformas digitais se tornou questão de sobrevivência para o setor. Em um momento de desaceleração, a LVMH, dona de marcas como Dior e Louis Vuitton, e Kering, proprietária da Gucci, registraram queda de 10% e 30% de seus valores, respectivamente, desde o início do ano. Segundo relatório global de luxo da Bain & Company, em parceria com a Altagamma, o mercado global de luxo ultrapassou a marca de 1,5 trilhão de euros em 2023,

 FOTOS: FERNANDO DUCATTI | DIVULGAÇÃO

Letícia FRANCO

BRINDO O
O DIGITAL

Mercado premium aposta no e-commerce para aumentar resultados financeiros, mas exclusividade e experiência no on-line são desafios. Como levar seus diferenciais para um novo universo?

mas impulsionado pela retomada do turismo e da busca por experiências exclusivas.

Os desafios das grifes estreladas vão muito além das receitas. Isso porque, quando adentram no mundo virtual, elas precisam se diferenciar, com sua aura de exclusividade, assim como no mundo real. A escassez e atemporalidade são algumas características fundamentais dos produtos de luxo, e elas não combinam muito bem com um universo no qual tudo é compartilhável e instantâneo. Por isso, um dos principais desafios é transportar para o site a experiência premium e sensorial de consumo das lojas físicas, que vão desde a iluminação e temperatura até os cafés e taças de champanhe. De acordo com Maya Mattiazzo, apesar de não ser possível reproduzir o luxo tradicional, há novas formas de fazê-lo. "Oferecer atendimento personalizado, disponibilizar poucos itens de um produto, criar pré-cadastros e o cuidado na entrega são alguns caminhos para a jornada de encantamento."

> **"Pelo site, há possibilidade de agendar consulta e os produtos são entregues na mesma embalagem da loja e até o mesmo cheiro"**
>
> **HELENA COSTA**
> DIRETORA DA INFRACOMMERCE

DETALHES Foi com a proposta de garantir a presença dos pilares do mercado de luxo nas plataformas digitais que a Infracommerce, empresa brasileira que opera o e-commerce de 20 marcas de luxo, incluindo o da Dior, Cartier, Hermès e Tiffany & Co, dobrou seu faturamento ao atender essas empresas. Segundo Helena Costa, diretora de client success da Infracommerce, a experiência pode ser sentida desde o storefront até o pós-venda. "É uma estratégia muito bem pensada. Há mais exposição de marca e conteúdo no site, há possibilidade de agendar consulta para amparar decisão de compra e os produtos são entregues na mesma embalagem da loja e até o mesmo cheiro", disse à DINHEIRO.

Todo cuidado ainda é pouco. Os negócios do setor de luxo têm uma preocupação muito maior com as questões envolvendo a percepção de marca. Diferentemente do varejo comum, no luxo o desgaste para a reputação da grife de uma venda mal executada pode ser superior ao que seria caso ocorresse com uma loja de moda popular, o que faz com que grandes marcas olhem com lupa seus sites de compra, para evitar qualquer possível ruído na jornada de compra. Além disso, há também fatores a serem evitados, como as promoções. Isso porque a principal característica do varejo comum pode até mesmo afastar os consumidores, já que no luxo o valor agregado a determinado item é muito mais importante do que seu preço. Mesmo que seja um grande atrativo em qualquer e-commerce, comparar ou diminuir preços não é uma estratégia para as etiquetas de luxo. As experiências on-line vão agradar o cliente e perdurar no mercado de luxo? O "espírito do tempo" vai dizer.

> **"Atendimento personalizado, disponibilizar poucos itens e o cuidado na entrega são caminhos para a jornada de encantamento"**
>
> **MAYA MATTIAZZO**
> PROFESSORA DA ESPM

VAREJO

MARISA TROCA CFO ANTES DE BALANÇO

Diante da alta alavancagem que atrapalha grande parte do varejo de grande porte no Brasil, e após prejuízo de R$ 148,3 milhões no primeiro trimestre de 2024, antes mesmo de divulgar seu balanço do segundo trimestre, a companhia anunciou na terça-feira (30) que seu conselho de administração elegeu Adilvo Alves de Souza Junior como seu novo diretor financeiro, em substituição a Roberta Ribeiro Leal, que permanece como diretora executiva nas empresas M Pagamentos e M Bank.

Adilvo já passou por empresas como EMS, Grupo CAOA, Grupo Cornélio Brennand, Cencosud, Hypera e Unilever, de acordo com fato relevante da Marisa. O atual diretor presidente da companhia, Edson Salles Abuchaim Garcia, foi eleito para a posição de diretor de relações com investidores, cargo no qual o executivo atuará de forma cumulativa. "A troca na gestão da companhia ocorre em atendimento ao plano de reposicionamento da marca, apoiado pelo conselho de administração, que, a partir desta data, entra em nova fase", disse a companhia no comunicado. No primeiro trimestre, a companhia creditou o resultado negativo, principalmente, pela queda nas receitas de vendas de mercadorias, devido ao menor nível de estoques e à redução do parque de lojas.

786,8 milhões É o valor aprovado pelo Conselho de Administração da WEG na terça-feira (30) para distribuição de dividendos intermediários. A cifra corresponde a R$ 0,18 por ação, tendo direito aos proventos os titulares das ações na sessão do dia 2 de agosto de 2024.

4 bilhões É o valor total preparado pelo Grupo Casas Bahia em sua 10ª emissão de debêntures simples, em três séries, sendo a 1ª e a 3ª séries simples não conversíveis em ações e a 2ª série conversível em ações.

BALANÇO

PRODUÇÃO DA PETROBRAS SOBE 2,4% NO 2º TRIMESTRE

A Petrobras fechou o segundo trimestre do ano com produção média de 2,69 milhões de barris diários (boed) de óleo equivalente (petróleo e gás natural), alta de 2,4% na comparação com o mesmo período de 2023. As informações constam no relatório de produção da companhia, divulgado na segunda-feira (29). Em relação ao primeiro trimestre de 2024, período de janeiro a março, houve queda de 2,8% no segundo trimestre. Este é o primeiro resultado operacional da nova gestão da estatal, de Magda Chambriard, que assumiu a posição em 24 de maio. No primeiro semestre do ano, a produção foi de 2,73 milhões de boed, 3% acima do mesmo período do ano passado.

A produção comercial de óleo e gás foi de 2,35 milhões de boed no segundo trimestre de 2024, alta de 1,9% ante o segundo trimestre de 2023. A produção de petróleo foi de 2,15 milhões de barris por dia (bpd) no segundo trimestre deste ano, 2,6% maior do que a registrada no segundo trimestre de 2023. A produção de gás natural totalizou 508 mil boed, alta de 1,4% sobre um ano antes. No pré-sal, foram extraídos, em média, 1,81 milhão de boed de abril a junho, alta de 6,3% ante o segundo trimestre de 2023. Com isso, o pré-sal representou 69% da produção da Petrobras no segundo trimestre do ano, ante 67% três meses antes e no mesmo período de 2023.

 FOTOS: DIVULGAÇÃO | FLICKER/ ROBERTO ROSA

MEDO DE ERRAR REDUZ CHANCES DE ACERTAR

HEVERTON PEIXOTO
ENGENHEIRO CIVIL COM MBA EM CORPORATE FINANCE NO INSEAD, CEO DO GRUPO OMNI E CONSELHEIRO DO INSTITUTO DE INOVAÇÃO EM SEGUROS E RESSEGUROS DA FGV

A nossa cultura profissional e as transformações do mundo corporativo têm deixado líderes e colaboradores cada vez mais exigentes. A necessidade de ser ágil, a alta demanda de trabalho e a rapidez na tomada de decisões têm sido alguns dos fatores responsáveis pelo medo de errar.

Mas, se errar é humano, por que temos medo? Muitas vezes, esse sentimento está ligado à pressão por resultados, à competição acirrada e à busca pela perfeição. Mas a menos que o erro comprometa o sucesso ou o resultado da empresa, o novo cálculo da rota pode trazer novas e boas oportunidades de aprendizado.

Para muitos profissionais, cometer um erro pode abalar a autoconfiança e a imagem de competência perante colegas e líderes. Isso pode gerar receio de arriscar ou de assumir responsabilidades desafiadoras.

Outro ponto é que o desejo de realizar um trabalho perfeito o tempo todo gera preocupação e estresse, fazendo com que, muitas vezes, prazos sejam perdidos e entregas sejam comprometidas. Estudos sugerem que o perfeccionismo extremo é prejudicial à saúde mental, acarretando um maior risco de esgotamento psicológico, insatisfação no trabalho e depressão.

> “Culturas organizacionais que proporcionam a valorização do aprendizado, que fornecem treinamentos e desenvolvimentos constantes e encorajam suas equipes fortalecem a capacidade de pensar de modo criativo e resolver de forma eficaz”

Embora o medo de errar seja esperado no mundo corporativo – afinal, ajuda o indivíduo a conter a impulsividade, fazendo com que avalie e repense com discernimento –, o medo também nos prende e estagna.

Além de impedir que a empresa inove e se reinvente, também oferece oportunidades valiosas para aprender lições que não seriam assimiladas de outra forma. Quem tem medo de errar tem menos chances de acertar.

Somadas às pressões internas da empresa, funcionários também podem enfrentar expectativas externas de clientes, investidores ou reguladores. Essa dose extra de anseios pode intensificar o medo de cometer erros que possam afetar a reputação da empresa ou a relação com partes interessadas.

O medo de falhar também bloqueia muitas ideias potenciais. A vulnerabilidade transparece a ansiedade e o medo. Ser um líder arrojado exige saber lidar com a própria vulnerabilidade e a dos colaboradores.

O erro pode apontar insights sobre o que não funciona, ajudando a refinar e ajustar habilidades e estratégias. Não é raro observarmos que quem se arrisca consegue desenvolver trabalhos ainda mais incríveis, não é?

Não à toa uma das características buscadas pelos recrutadores é a resiliência, a capacidade de enfrentar situações adversas sem se abalar emocionalmente. Um funcionário resiliente não desperdiça seu tempo lamentando, mas buscando soluções e reconhecendo a chance de aprender com as adversidades.

Já os líderes têm como uma de suas responsabilidades, entre tantas outras, fornecer suporte e orientação aos membros da equipe para ajudá-los a superar o medo e alcançar seus potenciais máximos.

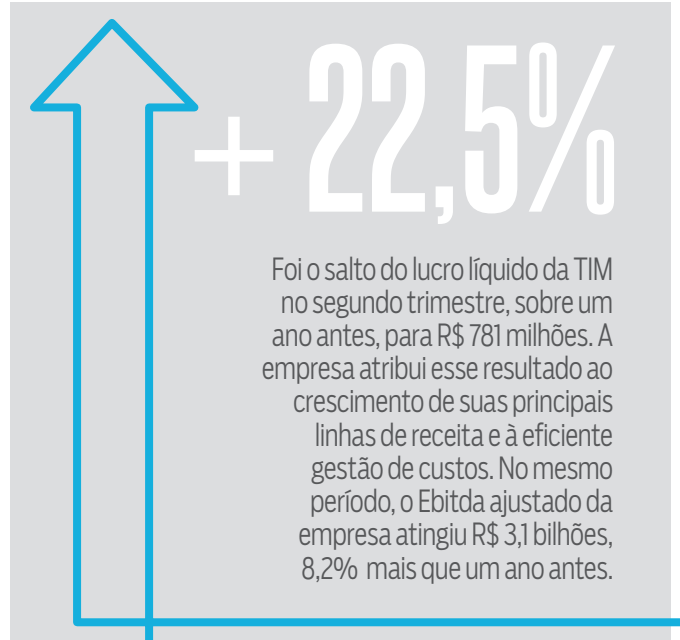
Perder o medo de errar no trabalho está diretamente ligado a ter mais autoconfiança, acreditar em suas próprias habilidades, competências e capacidade de lidar com desafios e adversidades. Quanto mais confiantes em suas capacidades, maior a tendência de assumir riscos calculados, enfrentar novos desafios com mais determinação e lidar melhor com os erros que eventualmente possam ocorrer.

Culturas organizacionais que proporcionam a valorização do aprendizado, que fornecem treinamentos e desenvolvimentos constantes e encorajam suas equipes fortalecem a capacidade de pensar de modo criativo e resolver de forma eficaz.

O medo nunca deixará de existir, mas realizar o trabalho da melhor forma que podemos e alcançar os nossos objetivos é um ato de coragem. S

NOSSO NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO ATUAL É BAIXO E TEMOS O CAIXA POSITIVO, E ISSO NOS DÁ FLEXIBILIDADE PARA REALIZAR OPERAÇÕES

CHRISTIAN GEBARA,
CEO da Vivo, sobre a possibilidade de aquisições

Foi o salto do lucro líquido da TIM no segundo trimestre, sobre um ano antes, para R$ 781 milhões. A empresa atribui esse resultado ao crescimento de suas principais linhas de receita e à eficiente gestão de custos. No mesmo período, o Ebitda ajustado da empresa atingiu R$ 3,1 bilhões, 8,2% mais que um ano antes.

R$

7,06 trilhões É a cifra que bateu a Dívida Pública Federal ao final de junho, 2,25% mais que o visto em maio, quando estava em R$ 6,9 trilhões, informou o Tesouro Nacional. Com a alta, a DPF já alcançou o patamar previsto para o ano que girava entre R$ 7 trilhões e R$ 7,4 trilhões.

US$

42 trilhões Foi o aumento da fortuna dos 1% mais ricos da população nos últimos dez anos, segundo estudo da Oxfan. O valor representa 19 vezes o PIB brasileiro e é 34 vezes superior ao reunido no mesmo período pelos 50% mais pobres do mundo.

- 70%

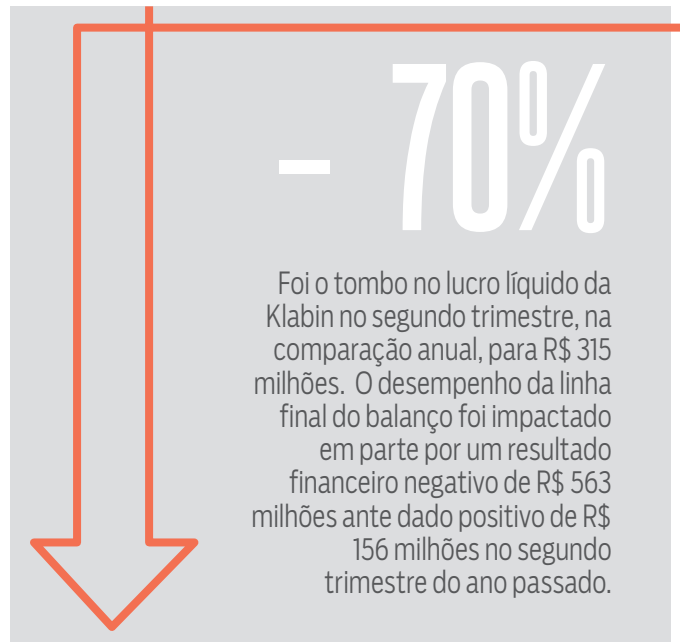
Foi o tombo no lucro líquido da Klabin no segundo trimestre, na comparação anual, para R$ 315 milhões. O desempenho da linha final do balanço foi impactado em parte por um resultado financeiro negativo de R$ 563 milhões ante dado positivo de R$ 156 milhões no segundo trimestre do ano passado.

A câmara baixa da Assembleia Federal da Rússia, ou Duma Estatal, aprovou duas leis relacionadas à criptografia na terça-feira (30), informou a agência de notícias estatal russa. A primeira lei legaliza a mineração de criptomoeda na Rússia a partir de 1º de novembro de 2024. Pessoas jurídicas e empreendedores individuais registrados no país podem se envolver na mineração, enquanto aqueles que não estão registrados só podem operar plataformas de mineração se não excederem a energia limites de consumo. A supervisão das atividades de mineração será distribuída entre diferentes instituições, com o Banco da Rússia aparentemente tendo poderes predominantes.

 FOTO: DIVULGAÇÃO

ROBÔS QUE RESPEITAM: ÉTICA NA ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

LUÍS GUEDES
PROFESSOR
DA FIA BUSINESS
SCHOOL

Quando lançou o GPT-4, a OpenAI destacou as melhorias que conseguiu em precisão, capacidade de argumentação lógica e diminuição da ocorrência de alucinações. O que chamou minha atenção, no entanto, foi a descrição do GPT-4 como "mais alinhado aos valores humanos". Essa talvez tenha sido a primeira vez que um produto de IA foi promovido com base nessa métrica. A mudança não é por acaso e destaca a integração, ainda que parcial, de ética e princípios humanos no desenvolvimento da IA.

À medida que os artefatos baseados em IA se tornam mais sofisticados e integrados à nossa vida, seu impacto social se amplifica exponencialmente. Considere o caso da tecnologia de reconhecimento facial: tem inegável potencial para melhorar a segurança e os processos de identificação pessoal, mas também pode ser usada para perpetrar violações de privacidade, amplificar preconceito racial e servir para vigilância autoritária. Essa conversa já tem mais de uma década, e os êxitos (que são muitos) se somam aos excessos (que preocupantemente não são poucos). Sem fundamento ético, a mesma tecnologia que promete progresso pode propagar danos irreparáveis.

> **"A ética no desenvolvimento de Inteligência Artificial inclui considerações sobre justiça, transparência, responsabilização e respeito à privacidade. Integrar ética ao desenvolvimento da IA não é uma questão de mitigar riscos, mas uma oportunidade de moldar a tecnologia como uma força para o bem"**

A ética no desenvolvimento de IA inclui considerações sobre justiça, transparência, responsabilização e respeito à privacidade. Trata-se de garantir que os sistemas baseados em IA não perpetuem preconceitos ou criem novas formas de discriminação. Um lembrete disso é um caso de 2018 em que um sistema de IA usado para selecionar candidatos a emprego causou grande embaraço à empresa que o utilizou. O sistema havia sido treinado com currículos enviados ao longo de dez anos, durante o qual a maioria dos candidatos era de homens. A rigor não se pode dizer que um algoritmo tenha intencionalidade – ele resolve uma equação, sem nenhuma outra consideração. Feita essa ressalva, o algoritmo usado pela empresa induziu seus operadores humanos a agirem com discriminação, o que é inaceitável. Não se pode culpar o algoritmo, é bom que se diga. Caso haja "culpa", deve recair sobre os executivos que tomaram a decisão de delegar para um software uma decisão grave como essa.

A questão da transparência também não pode ser subestimada. Os sistemas de IA, em particular os baseados em aprendizado profundo, processam os dados de modo desconhecido até mesmo para seus desenvolvedores. Essa opacidade pode apresentar riscos significativos, especialmente quando os sistemas são implementados em áreas críticas como saúde, justiça e finanças.

Por fim, a privacidade é outra preocupação ética significativa. Treinar algoritmos demanda grandes quantidades de dados, o que levanta questões sobre coleta de dados, consentimento e uso. O escândalo recente da Cambridge Analytica destaca o potencial de abuso.

Integrar ética ao desenvolvimento da IA não é uma questão de mitigar riscos, mas uma oportunidade de moldar a tecnologia como uma força para o bem. Tenho convicção que a sociedade tem força para fazer emergir das melhores empresas sistemas que aumentem o bem-estar humano, promovam a justiça social e incentivem o crescimento inclusivo. Pode me chamar de otimista, já somos muitos:)

POR **VITORIA SADDI***

A REVISÃO DOS INSTRUMENTOS DE LONGO PRAZO DO FED

Uma avaliação das recomendações do Brookings Institute para os novos objetivos do Fed

A política monetária desempenha um papel crucial na estabilidade econômica de um país. Compreender e adaptar essa política às necessidades contemporâneas é essencial para garantir o crescimento sustentável e a estabilidade financeira. De fato, a cada quatro anos o Federal Reserve faz uma avaliação dos objetivos de longo prazo da sua política monetária,estratégia de comunicação e instrumentos. Foi nesse contexto que em junho passado o Brookings Institute promoveu um debate com acadêmicos e ex-membros do Fed e elaborou um relatório com vistas a oferecer um conjunto robusto de recomendações para a nova revisão que ocorrerá este ano. Meu objetivo é avaliar as principais conclusões do simpósio do Brookings.

A revisão anterior foi em agosto de 2020, quando o Banco Central dos EUA apresentou seu atual quadro de políticas e a inflação estava persistentemente abaixo de 2%. Naquele momento, o objetivo do Fed era evitar a deflação. Em 2020, para neutralizar os efeitos negativos da taxa Fedfunds atingir zero – o chamado "zero lowerbound" (ZLB) –, a autoridade monetária gerou (de modo não intencional) duas assimetrias que estão contidas na sua função de reação atual. A primeira delas é a abordagemdo Fed quanto à meta de inflação, o chamado "FAIT" – Flexible Average Inflation Targeting. Com o FAIT o Fed se compromete a responder mais enfaticamente quando a inflação cai abaixo de 2% através da manutenção da inflação acima de 2% por um certo período. Entretanto, quando a inflação fica acima de 2%, não há tal compromisso. Ou seja, é assimétrico: inflação abaixo de 2% é ruim, e o Fed não irá tolerar por muito tempo. Inflações acima de 2% são consideradas "normais" e toleráveis. A segunda assimetria é a abordagem do Fed no tocante ao nível de emprego. Em 2020, ele estabeleceu que não iria subir juros somente como resposta a um mercado de trabalho aquecido. Antes de 2020, ele subia juros sempre que o desemprego caísse a um nível baixo que pudesse pressionar os preços. Neste sentido, uma recomendação importante do relatório é a reavaliação das funções de reação assimétricas.

O artigo também enfatiza a importância de definir o emprego máximo de forma consistente com a estabilidade de preços. Isso implica que a política de pleno emprego deve ser compatível com a meta de inflação do Fed. Atingir o pleno emprego sem comprometer a estabilidade dos preços é um desafio complexo, mas crucial para a eficácia da política monetária.

Após o Fed conseguir trazer a inflação para a meta, o relatório defende a ideia de reconsiderá-la. A meta de inflação de 2% tem sido um pilar da política monetária, mas o relatório sugere que possa ser necessário revisá-la para garantir a eficácia contínua da política em atingir seus objetivos de longo prazo.

A comunicação eficaz é fundamental para a transparência e credibilidade. O artigo destaca a necessidade de melhorar as estratégias de comunicação da autoridade monetária para garantir que o público e os mercados financeiros compreendam suas políticas e metas. A estratégia de "fowardguidance" teve êxito em evitar a deflação e a economia a ficar estagnada no ZLB. No entanto, a mesma estratégia retardou a alta de juros quando a inflação ficou acima de 2%.

O artigo também sugere a reavaliação da eficácia do "dot plot". Tal instrumento é uma ferramenta de comunicação usada pelo Fed para mostrar as projeções dos membros do Comitê Federal de Mercado Aberto (FOMC) sobre as taxas de juros. No entanto, a eficácia dessa ferramenta pode ser limitada pois o mercado pode tomar a média de projeções como um "fowardguidance" e subestimar a incerteza inerente às previsões futuras, sobretudo quando há mudanças no horizonte e no "dot plot".

As recomendações apresentadas no relatório do Brookings visam aprimorar a eficácia da política monetária do Fed. Ao adotar uma abordagem mais flexível e transparente, o Fed pode melhorar sua capacidade de responder às mudanças nas condições econômicas. A necessidade de construir credibilidade para a nova estratégia e respeitar os compromissos das orientações futuras levou a uma menor ênfase na gestão de riscos. Como consequência, o Fed tornou-se menos sensível aos riscos de alta da inflação, atrasando a ação conforme os dados começaram a divergir do cenário predominante assumido. S

**VITORIA SADDI é estrategista da SM Futures. Dirigiu a mesa de derivativos do JP Morgan e foi economista-chefe do Roubini Global Economics, Citibank, Salomon Brothers e Queluz Asset, em Londres, Nova York e São Paulo. Também foi professora na California State University, na University of Southern California e no Insper. É PhD em economia pela University of Southern California.*

Clube de Revistas
seu
NEGÓCIO
É O NOSSO
negócio
O mundo é cheio de pessoas e empresários peculiares, mas quando eles se encontram dá negócio. E ajudando este e diversos outros tipos de negócios a acontecerem está a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo ou CNC, para os íntimos.
A CNC existe para dar suporte e defender as empresas brasileiras, garantindo um ambiente de negócios favorável a todos. E quando falamos todos, são todos mesmo. Até os peculiares. Afinal, seu negócio é o nosso negócio.
Assista ao vídeo
CNC
Sesc
Senac
portaldocomercio.org.br